

BEITRÄGE ZUR SOZIALEN SICHERHEIT

*Evaluation der Massnahmen
im Bereich des erzieherischen
Jugendmedienschutzes 2016–2020*

Forschungsbericht Nr. 12/20



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Département fédéral de l'intérieur DFI
Bundesamt für Sozialversicherungen BSV
Office fédéral des assurances sociales OFAS

Das Bundesamt für Sozialversicherungen veröffentlicht in seiner Reihe "Beiträge zur Sozialen Sicherheit" konzeptionelle Arbeiten sowie Forschungs- und Evaluationsergebnisse zu aktuellen Themen im Bereich der Sozialen Sicherheit, die damit einem breiteren Publikum zugänglich gemacht und zur Diskussion gestellt werden sollen. Die präsentierten Folgerungen und Empfehlungen geben nicht notwendigerweise die Meinung des Bundesamtes für Sozialversicherungen wieder.

Autoren/Autorinnen: Alexandra La Mantia, Milena Iselin, Franziska Müller, Manuel Ritz

Kontakt:

Franziska Müller
INTERFACE Politikstudien Forschung Beratung GmbH
Seidenhofstrasse 12
CH-6003 Luzern
Tel +41 (0)41 226 04 26
E-Mail: mueller@interface-pol.ch
Internet: www.interface-pol.ch

Auskünfte: Bundesamt für Sozialversicherungen
Effingerstrasse 20, CH-3003 Bern

Yvonne Haldimann, Geschäftsfeld FGG
Tel. +41 (0) 58 462 90 98
E-Mail: yvonne.haldimann@bsv.admin.ch

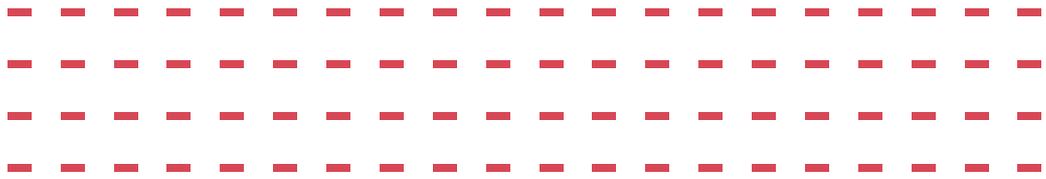
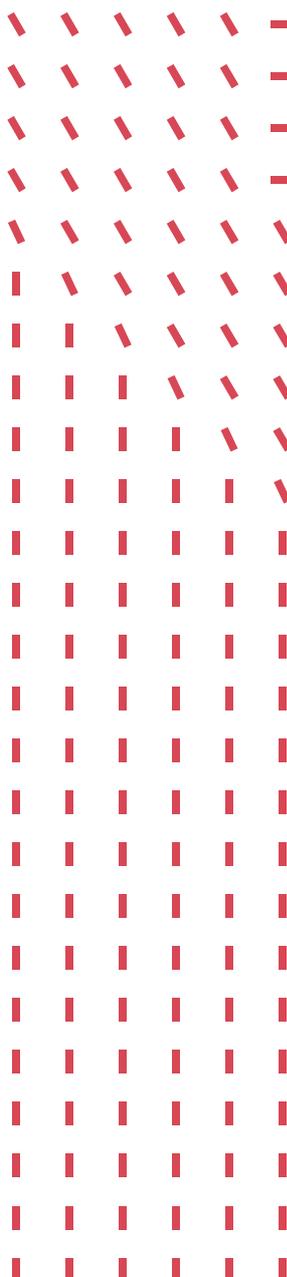
Olivier Brunner-Patthey, Geschäftsfeld MAS
Tel. +41 (0) 58 464 06 99
E-Mail: olivier.brunner-patthey@bsv.admin.ch

ISSN: 1663-4659 (eBericht)
1663-4640 (Druckversion)

Copyright: Bundesamt für Sozialversicherungen, CH-3003 Bern
Auszugsweiser Abdruck – ausser für kommerzielle Nutzung –
unter Quellenangabe und Zustellung eines Belegexemplares
an das Bundesamt für Sozialversicherungen gestattet.

Vertrieb: BBL, Verkauf Bundespublikationen, CH-3003 Bern
www.bundespublikationen.admin.ch

Bestellnummer: 318.010.12/20D



Evaluation der Massnahmen im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes 2016–2020

**Bericht zuhanden des
Bundesamts für Sozialversicherungen (BSV)**

Luzern, den 9. Juli 2020

| **Autorinnen und Autoren**
Alexandra La Mantia und Franziska Müller (Projektleitung)
Milena Iselin (Projektmitarbeit)
Manuel Ritz (Projektmitarbeit)

| **INTERFACE Politikstudien**
Forschung Beratung GmbH

Seidenhofstrasse 12
CH-6003 Luzern
Tel +41 (0)41 226 04 26

Place de l'Europe 7
CH-1003 Lausanne
Tel +41 (0)21 310 17 90

www.interface-pol.ch

| **Auftraggeber**
Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV)

| **Zitiervorschlag**
La Mantia, Alexandra; Iselin, Milena; Müller, Franziska; Ritz, Manuel (2020). *Evaluation der Massnahmen im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes 2016–2020*. Beiträge zur Sozialen Sicherheit. Forschungsbericht Nr. 12/20. Bern: Bundesamt für Sozialversicherungen BSV

| **Laufzeit**
Oktober 2019 bis Juni 2020

| **Projektreferenz**
Projektnummer: 19-69

Vorwort des Bundesamtes für Sozialversicherungen

Der Bundesrat hat das Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) im Jahr 2015 beauftragt, die Massnahmen des Bundes im Bereich des Jugendmedienschutzes weiterzuführen und alle fünf Jahre über den Umsetzungsstand der ergriffenen Massnahmen und den damit verbundenen Ergebnissen Bericht zu erstatten.

Um zu einer Beurteilung der Massnahmen im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes in den Jahren 2016 bis 2020 durch Expertinnen und Experten sowie Adressaten zu gelangen, hat das BSV eine Evaluation durch das Forschungsbüro Interface durchführen lassen. Sie hatte zum Ziel, die Konzeption und Umsetzung, die erbrachten Leistungen, deren Wirkungen bei den Zielgruppen sowie das Verhältnis von Kosten und Nutzen der Jugendschutzmassnahmen zu beurteilen. Zu diesem Zweck wurden eine Dokumenten- und Datenanalyse, eine Online-Befragung bei 765 Personen und 15 leitfadengestützte Interviews mit Expertinnen und Experten durchgeführt.

Die Evaluation kommt zu einem äusserst positiven Ergebnis. Die Konzeption wird als kohärent und die Umsetzung als zweckmässig beurteilt. Die erbrachten Leistungen werden von den befragten Akteuren positiv bis sehr positiv bewertet. Ebenso positiv wird das Kosten-Nutzen-Verhältnis eingeschätzt: Gemäss den interviewten Expertinnen und Experten erbringt das Bundesamt für Sozialversicherungen mit einer geringen personellen Ausstattung eine grosse Zahl an Leistungen, erstellt qualitativ hochwertige Produkte, realisiert gute Veranstaltungen, vernetzt die diversen Akteure im Feld miteinander und trägt zur Koordination von bestehenden Massnahmen bei. Die Evaluation bestätigt auch die Effektivität der Leistungen. Sie empfiehlt, die Massnahmen so weiterzuführen und schlägt wenige Anpassungen vor: Die Angebote von Jugend und Medien sollen klarer voneinander abgegrenzt, lokale Veranstaltungen von Stakeholdern sollen unterstützt und der Austausch mit bestehenden NGOs soll systematisiert werden.

Das Bundesamt für Sozialversicherungen sieht sich aufgrund der äusserst positiven Evaluationsresultate in seinen Bemühungen bestätigt. Die Sensibilisierungs-, Unterstützungs- und Vernetzungsangebote sind von hohem Wert und sollen im Grundsatz so weitergeführt werden. Einige wenige Anpassungen werden im Hinblick auf den nächsten Zyklus 2021 – 2025 vorgenommen. Der Evaluationsbericht liefert dafür eine fundierte Grundlage.

Ludwig Gärtner
Vizedirektor
Leiter Geschäftsfeld Familie, Generationen und Gesellschaft

Avant-propos de l'Office fédéral des assurances sociales

En 2015, le Conseil fédéral a chargé l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS) de poursuivre les mesures de la Confédération visant à protéger les jeunes face aux médias et de lui rendre compte tous les cinq ans de leur avancement ainsi que des résultats obtenus.

L'OFAS a ainsi mandaté le bureau de recherche Interface pour réaliser une évaluation des mesures éducatives prises dans le domaine de la protection des jeunes face aux médias entre 2016 et 2020, auprès des experts et des destinataires. L'évaluation s'est concentrée sur la conception et la mise en œuvre, les prestations fournies, leur impact sur les groupes cibles ainsi que le rapport coûts / bénéfices des mesures. Dans cette perspective, Interface a effectué une analyse de documents et de données, et mené une enquête en ligne auprès de 765 personnes et 15 entretiens semi-directifs avec des experts.

Les conclusions de l'évaluation sont tout à fait réjouissantes. La conception est jugée cohérente et la mise en œuvre, appropriée. Les acteurs sondés estiment que les prestations fournies sont positives, voire très positives. C'est également le cas du rapport coûts / bénéfices : selon les experts interrogés, l'OFAS parvient, avec des ressources en personnel modestes, à fournir un grand nombre de prestations, à proposer des produits de qualité, à organiser des manifestations intéressantes, à mettre en réseau différents acteurs du domaine et à contribuer à la coordination des mesures existantes. L'évaluation confirme l'efficacité des prestations. Elle recommande de poursuivre les mesures, tout en proposant de légères adaptations : les offres Jeunes et médias doivent mieux se distinguer les unes des autres, les manifestations locales organisées par les acteurs-clés doivent être soutenues et les échanges avec les organisations non gouvernementales, systématisés.

Au vu des résultats extrêmement positifs de l'évaluation, l'OFAS se voit conforté dans ses efforts. Les offres de sensibilisation, de soutien et de mise en réseau constituent un apport précieux et doivent être maintenues en l'état. Les mesures subiront de légères adaptations à l'horizon du cycle 2021 – 2025. Le rapport d'évaluation fournit une base solide à cet effet.

Ludwig Gärtner
Vice-directeur
Responsable du domaine Famille, générations et société

Premessa dell'Ufficio federale delle assicurazioni sociali

Nel 2015 il Consiglio federale ha incaricato l'Ufficio federale delle assicurazioni sociali (UFAS) di proseguire l'attuazione delle misure adottate dalla Confederazione nell'ambito della protezione della gioventù dai rischi dei media e di presentargli ogni cinque anni un rapporto sullo stato d'attuazione delle misure in questione e dei risultati da esse prodotti.

Per ottenere un giudizio da parte di esperti e destinatari circa le misure attuate tra il 2016 e il 2020 nell'ambito della protezione educativa dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media, l'UFAS ha commissionato lo svolgimento di una valutazione all'istituto di ricerca Interface. La valutazione ha preso in esame l'impostazione concettuale e l'attuazione delle misure, le prestazioni fornite e la loro efficacia in relazione ai gruppi target nonché il rapporto costi-benefici delle misure di protezione dell'infanzia e della gioventù. A tale scopo sono state condotte un'analisi dei documenti e dei dati disponibili, un'inchiesta online presso 765 persone e 15 interviste guidate con esperti.

La valutazione traccia un bilancio altamente positivo, attestando la coerenza dell'impostazione concettuale e l'adeguatezza dell'attuazione delle misure. Gli attori intervistati hanno inoltre espresso un parere da positivo a molto positivo riguardo alle prestazioni fornite. Lo stesso vale per il rapporto costi-benefici. Secondo quanto emerso dalle interviste guidate con gli esperti, a fronte di una dotazione di personale piuttosto limitata, l'UFAS è in grado di fornire un cospicuo numero di prestazioni, realizzare prodotti di qualità elevata, organizzare manifestazioni valide, mettere in contatto tra loro i vari attori interessati e contribuire al coordinamento delle misure esistenti. I risultati della valutazione confermano anche l'efficacia delle prestazioni. Si raccomanda di proseguire l'attuazione delle misure e di apportare le modifiche seguenti: distinguere maggiormente le diverse attività di Giovani e media, sostenere le attività a livello locale dei portatori d'interesse e rendere sistematico il dialogo con le ONG esistenti.

Considerati i risultati particolarmente positivi della valutazione, l'UFAS vede confermata l'utilità dei suoi sforzi. L'attività di sensibilizzazione, l'offerta di sostegno e le reti di contatto sono preziose e in linea di massima vanno portate avanti come fatto fino a questo momento. I risultati della valutazione forniscono inoltre la base fondata necessaria per gli adeguamenti da apportare in vista del prossimo ciclo operativo 2021–2025.

Ludwig Gärtner
Vicedirettore
Capo dell'Ambito Famiglia, generazioni e società

Foreword by the Federal Social Insurance Office

In 2015, the Federal Council instructed the Federal Social Insurance Office (FSIO) to continue the government's measures in the area of the protection of minors in the media environment and to report every five years on the implementation status and the related impact of the measures taken.

In order to facilitate the assessment by experts as well as by members of the target audience of educational Youth and Media measures between 2016 and 2020, the FSIO commissioned an evaluation from the Interface research agency. The aim of this evaluation was to assess conceptual design and implementation, the services provided, their impact on the target groups, and the cost-benefit ratio of the measures to protect young people. To this end, an analysis of documents and data, an online survey of 765 people and 15 structured interviews with experts were carried out.

The evaluation reaches an extremely positive conclusion. The concept is judged as coherent and implementation as effective. Respondents rate the services provided positively to very positively. Likewise evaluated as positive is the cost/benefit ratio: according to the experts interviewed, the FSIO leverages relatively few personnel resources to deliver a large number of services, create high-quality products, run good events, enable the various stakeholders in the field to network, and help with the coordination of existing measures. The evaluation also confirms the effectiveness of provision. It recommends that measures be continued in the same way, with a few adjustments: there should be clearer demarcation of the Youth and Media offerings, local events by stakeholders should be supported, and exchanges with existing NGOs should be placed on a more systematic footing.

The Federal Social Insurance Office regards the extremely positive results of the evaluation as confirmation of its endeavours. Its awareness-raising, support and networking offerings are of a high quality and should be continued along the same fundamental lines. A few adjustments are being made with a view to the next cycle, 2021 – 2025. The evaluation report provides a solid basis for this.

Ludwig Gärtner
Vice-Director
Head of the Family, Generations and Society Domain

Zusammenfassung	V
Résumé	IX
Riassunto	XIII
Summary	XVII
1. Einleitung	1
1.1 Ausgangslage	1
1.2 Evaluationszweck, Gegenstand und Fragestellungen	2
1.3 Methodisches Vorgehen	4
1.4 Aufbau des Berichts	7
2. Ergebnisse zu Konzeption und Umsetzung	9
2.1 Beschreibung der Konzeption und Umsetzung	9
2.2 Beurteilung der Konzeption und Umsetzung	9
2.3 Fazit des Evaluationsteams zu Konzeption und Umsetzung	14
3. Ergebnisse zu den Leistungen (Output)	17
3.1 Leistungen im Handlungsfeld 1 «Information und Sensibilisierung»	17
3.2 Leistungen im Handlungsfeld 2 «Unterstützung der Stakeholder»	26
3.3 Leistungen im Handlungsfeld 3 «Wissensaufbau»	28
3.4 Leistungen im Handlungsfeld 4 «Koordination und Vernetzung»	32
3.5 Ressourceneinsatz	35
3.6 Fazit des Evaluationsteams zum Output	37
4. Ergebnisse zu den Wirkungen der Massnahmen	39
4.1 Wirkungen bei den Adressaten der Massnahmen (Outcome)	39
4.2 Beitrag der Massnahmen von Jugend und Medien im Hinblick auf die Vision (Impact)	43
4.3 Fazit des Evaluationsteams zu den Wirkungen	44
5. Schlussfolgerungen und Empfehlungen	45
5.1 Schlussfolgerungen und Empfehlungen des Evaluationsteams	45
Anhang	49
A 1 Liste der Interviewpartner/-innen	49
A 2 Broschüren	50
A 3 Wirkungsmodell Jugend und Medien des BSV	51
A 4 Validierung der Empfehlungen durch Stakeholder	51

Zusammenfassung

Ausgangslage und methodisches Vorgehen

Nach Abschluss des nationalen Programms *Jugendmedienschutz und Medienkompetenzen* Ende 2015 hat der Bundesrat beschlossen, Massnahmen des Bundes im Bereich des Jugendmedienschutzes weiterzuführen. Mit der so genannten «Nationalen Plattform Jugend und Medien» des Bundesamts für Sozialversicherungen (BSV) werden Massnahmen im erzieherischen Jugendmedienschutz umgesetzt. Parallel dazu koordiniert das BSV Aktivitäten im Bereich des regulierenden Jugendmedienschutzes.

Die vorliegende Evaluation untersuchte die Massnahmen im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes 2016–2020 (nachfolgend *Jugend und Medien*). Diese Massnahmen richten sich einerseits an *Bezugspersonen* mit direktem Kontakt zu Kindern und Jugendlichen. Durch eine Förderung der Medienkompetenzen bei den Bezugspersonen soll letztlich dazu beigetragen werden, dass Kinder und Jugendliche in der Schweiz sicher und verantwortungsvoll mit digitalen Medien umgehen können (*Vision*). Andererseits werden *Multiplikatoren/-innen* angesprochen, die ihrerseits häufig die erwähnten Bezugspersonen als Zielgruppe haben. Diese sollen die aktuellen Entwicklungen und Beispiele guter Praxis kennen, Informationen weiterverbreiten und wirksame und auf bestehende Aktivitäten abgestimmte Massnahmen zur Förderung von Medienkompetenzen entwickeln. Mit der Evaluation wurden die Konzeption und Umsetzung, die erbrachten Leistungen, deren Wirkungen bei den Adressaten und Zielgruppen sowie das Verhältnis von Kosten und Nutzen seit 2016 beurteilt. Zudem wurde untersucht, inwieweit mit den Massnahmen ein Beitrag zu den langfristigen Zielen (*Vision*) geleistet werden konnte und das Evaluationsteam hat Empfehlungen für die Umsetzung des erzieherischen Jugendmedienschutzes ab 2021 formuliert.

Zwischen Oktober 2019 und März 2020 wurden eine Dokumenten- und Datenanalyse, eine Online-Befragung bei 765 Personen (362 Multiplikatoren/-innen sowie 403 Bezugspersonen) und 15 leitfadengestützte Interviews mit Experten/-innen durchgeführt.

Ergebnisse zu Konzeption und Umsetzung

Die Evaluationsergebnisse zeigen, dass die *Konzeption kohärent* ist: Die Zielsetzungen und Schwerpunktthemen, die Zielgruppen und die Umsetzung sind gut aufeinander abgestimmt. Die Zielsetzungen werden von den Befragten als relevant, die definierten Adressaten als richtig beurteilt. Auch die im Evaluationszeitraum bearbeiteten Schwerpunktthemen «Extremismus und Radikalisierung» (2017–2019), «Sexualität und Internet» (2018–2019) sowie «Datenschutz» (2020–2021) werden als wichtig beurteilt, insbesondere das zuletzt gestartete Schwerpunktthema «Datenschutz».

Für die *Umsetzung* hat das BSV eine Kerngruppe und themenspezifische Arbeitsgruppen eingesetzt. Deren Zusammensetzung wird nicht kritisiert, jedoch ist die genaue Funktion dieser Gefässe nicht allen bekannt. Die Umsetzung wird von den Beteiligten weitgehend als *zweckmässig* beurteilt. Operativ sind beim BSV drei Personen mit 1,6 Vollzeitstellen für Jugend und Medien verantwortlich. Auf strategischer Ebene ist seit 2016 die so genannte Kerngruppe zuständig. Sie besteht aus Vertretenden von Bund, Kantonen, Städten und Gemeinden. Die Mitwirkung verschiedener Bundesstellen in der Kerngruppe trägt dazu bei, dass Aktivitäten des Bundes im Bereich der Digitalisierung besser ineinandergreifen.

Die Kommunikation des BSV wird sehr positiv beurteilt und die partizipative Arbeitsweise der Mitarbeitenden des BSV sehr geschätzt.

Ergebnisse zu den Leistungen

Jugend und Medien ist in vier Handlungsfelder gegliedert. Mit der Evaluation wurde die *Angemessenheit* der Leistungen in diesen Handlungsfeldern untersucht. Über alle Handlungsfelder hinweg betrachtet fällt die Beur-

teilung der Aktivitäten des BSV durch die befragten Akteure positiv bis sehr positiv aus, während bei einzelnen Leistungen und Handlungsfeldern auf Optimierungsmöglichkeiten hingewiesen wurde:

- Handlungsfeld 1 «*Information und Sensibilisierung*» verfolgt primär das Ziel, die Medienkompetenz von Bezugspersonen zu erhöhen. Im Erhebungszeitraum erbrachte Leistungen in diesem Handlungsfeld sind die Bewirtschaftung der Webseite www.jugendundmedien.ch, Aktivitäten auf den Sozialen Medien (Facebook, YouTube, Twitter), der regelmässige Versand von Newslettern, die Überarbeitung der fünf Broschüren in drei Landessprachen und des Flyers in 16 Sprachen sowie Inputs des BSV an Veranstaltungen von Dritten. Die Leistungen in diesem Handlungsfeld sind gut bekannt, werden als wichtig und nützlich beurteilt und werden breit genutzt.
- Handlungsfeld 2 «*Unterstützung der Stakeholder*» beinhaltet in erster Linie die Zusammenarbeit des BSV mit Stakeholdern zur Erarbeitung von spezifischen Broschüren und Lehrmaterialien sowie die Unterstützung von Dritten bei der Organisation und Durchführung von Tagungen, Konferenzen und Schulungen. In diesem Handlungsfeld ist zudem punktuelle finanzielle Unterstützung von Partizipations- und Modellprojekten auf Gesuch hin möglich. In diesem Handlungsfeld wurden bisher zahlreiche Aktivitäten unterstützt, insbesondere wurden finanzielle Beiträge geleistet und vereinzelt hat das BSV mit seinem Expertenwissen die Stakeholder unterstützt. Die Leistungen in diesem Handlungsfeld sind derzeit nicht breit bekannt. Das Angebot der finanziellen Unterstützung von Partizipations- und Modellprojekten wurde vom BSV bisher nicht proaktiv beworben und im Evaluationszeitraum wurden für diese Art von Projekten keine Gesuche gestellt.
- Handlungsfeld 3 «*Wissensaufbau*» bezweckt, die Wissensbasis bei den Akteuren zum Jugendmedienschutz zu erweitern und eine Orientierung an Good-Practice-Beispielen zu ermöglichen. Im Evaluationszeitraum wurden drei Studien und zwei externe Evaluationen in Auftrag gegeben. Die Evaluationsergebnisse weisen auf eine unterschiedliche Bekanntheit der daraus entstandenen Produkte hin. Gut bekannt ist vor allem die MIKE-Studie. Zudem hat das BSV Mandate für vier Pilotprojekte im Schwerpunktthema «Extremismus und Radikalisierung» und drei Pilotprojekte im Schwerpunktthema «Sexualität und Internet» ausgeschrieben und vergeben. Die Unterstützung von Pilotprojekten wird von den Befragten als zentrale und nachhaltig wirksame Massnahme beurteilt, die unbedingt weitergeführt und sogar ausgebaut werden soll.
- Handlungsfeld 4 «*Koordination und Vernetzung*» zielt darauf ab, durch Koordinations- und Vernetzungsaktivitäten die Wissensverbreitung, den Erfahrungsaustausch und die Koordination zwischen den Akteuren zu verbessern. Dazu wurden verschiedene Veranstaltungen und Austauschtreffen durchgeführt. Vielen Adressaten ist nicht klar, inwiefern sich die Gefässe unterscheiden, insbesondere das Nationale Fachforum und das Netzwerk Medienkompetenz Schweiz. Zum Schwerpunktthema «Sexualität und Internet» wurden zwei Runde Tische und drei Think-Tank-Anlässe und zum Schwerpunktthema «Extremismus und Radikalisierung» neun Treffen der Expertengruppe organisiert. Die Leistungen im Handlungsfeld 4 sind gut bekannt und werden von den befragten Personen als wichtig und nützlich beurteilt.

Die Evaluation untersuchte weiter die *leistungs- und wirkungsbezogene Effizienz* der eingesetzten *Ressourcen*. Die interviewten Experten/-innen sind der Ansicht, dass die für Jugend und Medien zur Verfügung stehenden Ressourcen effizient eingesetzt werden. Das BSV erbringt mit einer eher geringen personellen Ausstattung eine grosse Zahl an Leistungen, erstellt qualitativ hochwertige Produkte, realisiert gute Veranstaltungen, vernetzt die diversen Akteure im Feld miteinander und trägt zur Koordination von bestehenden Massnahmen bei. Die Evaluationsergebnisse zeigen auf, dass der durchschnittliche Mitteleinsatz von rund 725'000 Franken pro Jahr (inkl. Personalkosten, Beiträge an Pilotprojekte, Evaluationen, Beiträge an Veranstaltungen und Publikationen von Dritten usw.) angesichts des grossen Leistungsumfangs vertretbar ist.

Ergebnisse zu den Wirkungen

Zur Beurteilung der *Effektivität der Leistungen* wurde untersucht, inwiefern die Leistungen die angestrebten Wirkungen auf das Verhalten, das Wissen und die Einstellung bei den Adressaten auslösen.

Die Evaluation bestätigt die Effektivität der Leistungen. Rund ein Drittel der Multiplikatoren/-innen und professionell tätigen Bezugspersonen ist durch die Massnahmen von Jugend und Medien selber aktiver geworden.

Dank Jugend und Medien wird vermehrt Informationsmaterial zum Jugendmedienschutz abgegeben und es werden öfter direkte Bezugspersonen zum Thema Jugendmedienschutz beraten. Die Adressaten verfügen ausserdem Dank Jugend und Medien über mehr themenspezifisches, relevantes Wissen. Die Koordinations- und Vernetzungsaktivitäten sind ebenfalls von grosser Bedeutung.

Festzustellen sind zudem Wirkungen im Bereich der Einstellungen/Haltungen: Sowohl bei den Multiplikatoren/-innen als auch bei Eltern hat Jugend und Medien einen Paradigmenwechsel gefördert – vom Verbot hin zur aktiven Begleitung der Kinder und Jugendlichen. Ausserdem werden heute neben den Risiken vermehrt auch die Chancen der digitalen Medien erkannt.

Mit der Evaluation wurde auch untersucht, inwieweit die Massnahmen von Jugend und Medien *im Hinblick auf die langfristigen Ziele (Vision)* einen Beitrag leisten. Die Ergebnisse zeigen, dass die Massnahmen einen wertvollen Beitrag zur Befähigung von Kindern und Jugendlichen leisten, kompetent mit den Chancen und Risiken digitaler Medien umzugehen.

Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Nachfolgend sind die Schlussfolgerungen und Empfehlungen des Evaluationsteams für die Umsetzung des erzieherischen Jugendmedienschutzes in den Jahren 2021–2025 dargelegt:

Das Konzept von Jugend und Medien ist kohärent, hat sich bewährt und wird von den Adressaten gutgeheissen. Gewisser Handlungsbedarf besteht bei den Bezeichnungen und den Funktionen verschiedener Gefässe, insbesondere bei den Veranstaltungen. Dies führt zu folgender Empfehlung:

Empfehlung 1: Bewährtes Konzept weiterführen und das Profil von Veranstaltungen klarer definieren

Aufgrund der sehr hohen Zufriedenheit der Adressaten mit den umgesetzten Massnahmen und den von ihnen festgestellten Wirkungen empfehlen wir dem BSV, die Massnahmen im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes weiterzuführen und die bisherige thematische Flexibilität und die partizipative Arbeitsweise beizubehalten, damit auch in Zukunft auf aktuelle Entwicklungen im Bereich Jugend und Medien reagiert werden kann. Unabhängig von den Themenfeldern soll weiterhin die Erreichung vulnerabler Zielgruppen angestrebt werden.

Die Bezeichnungen und spezifischen Funktionen der verschiedenen Gefässe (Veranstaltungen, Arbeitsgruppen) sollen klarer definiert und kommuniziert werden. Dadurch wird der Wiedererkennungseffekt verstärkt und die Aufmerksamkeit erhöht. Wir empfehlen, insbesondere die beiden Gefässe Nationales Fachforum und Netzwerk Medienkompetenz Schweiz entweder klarer voneinander abzugrenzen, oder diese zu einem einzigen Gefäss zusammenzuführen.

Das BSV erbringt trotz den eher knappen personellen Ressourcen eine Vielzahl an qualitativ hochstehenden, nützlichen und wirksamen Leistungen. Diese werden von den Adressaten insgesamt sehr positiv bewertet und sollen unbedingt weitergeführt oder sogar ausgebaut werden. Durch gewisse Anpassungen liesse sich das Wirkungspotenzial dieser Leistungen verstärken. Insbesondere die Leistungen zur Unterstützung der Stakeholder sind noch wenig profiliert und wenig bekannt. Im Konzept gibt es zudem eine gewisse Unschärfe respektive Doppelspurigkeit: Im Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder» sind Partizipations- und Modellprojekte vorgesehen, für deren Unterstützung Gesuche eingereicht werden können. Gleichzeitig werden im Handlungsfeld «Wissensaufbau» Aufträge für Pilotprojekte vergeben, bei welchen es sich gemäss Definition eigentlich um Modellprojekte handelt. Wir empfehlen deshalb Folgendes:

Empfehlung 2: Die Leistungen zur Unterstützung der Stakeholder klarer definieren, verstärken und bekannt machen

Die Leistungen zur Unterstützung der Stakeholder sollen klarer definiert und das entsprechende Angebot bei den Adressaten besser bekannt gemacht werden. Aus unserer Sicht könnte auch überlegt werden, Handlungsfelder zusammen zu legen, weil sich diese in der Praxis teilweise überschneiden. Beispielsweise könnte das Handlungsfeld 2 «Unterstützung der Stakeholder» und das Handlungsfeld 4 «Koordination und Vernetzung» zu einem Handlungsfeld «Unterstützung und Vernetzung der Stakeholder» zusammengefasst werden.

Wir empfehlen zudem, den Stakeholdern – unter Berücksichtigung des zur Verfügung stehenden Budgets – vermehrt bekannt zu machen, dass sie, wie im Konzept vorgesehen, Unterstützung für Partizipations- und Modellprojekte beantragen können. Zu diesem Zweck müssen Kriterien erarbeitet und transparent gemacht werden. Wir empfehlen, mit dieser Unterstützung weiterhin Aktivitäten zu berücksichtigen, die nicht an einen Schwerpunkt gebunden sind, sondern die Förderung der Medienkompetenzen im Allgemeinen im Fokus haben. Beispielsweise könnten mithilfe der Förderung regionale Weiterbildungen für Jugendarbeitende in Medienkompetenz konzipiert werden.

Die Evaluation zeigt ein ausgeprägtes Bedürfnis der Adressaten nach vermehrten Aktionen des BSV vor Ort. Aus Sicht des Evaluationsteams ist es jedoch aufgrund der bestehenden knappen personellen Ressourcen unrealistisch, dass Mitarbeitende des BSV beispielsweise an einzelnen Elternveranstaltungen teilnehmen. Das BSV stand bislang bei Veranstaltungen und der Veröffentlichung von Produkten und Hilfsmitteln selber nicht im Vordergrund, sondern wirkt eher koordinierend, vermittelnd und als Türöffnerin und Ermöglicherin. Diese Rolle entspricht dem Konzept von Jugend und Medien, ist weiterhin von grosser Bedeutung und sollte beibehalten und nach Möglichkeit ausgebaut werden. Eine noch engere Zusammenarbeit mit Akteuren, insbesondere mit Dachverbänden, könnte aus unserer Sicht zudem eine Chance bieten, um gegenseitig noch stärker von Ressourcen, Kompetenzen und erarbeiteten Grundlagen zu profitieren. Wir empfehlen deshalb Folgendes:

Empfehlung 3: Noch enger mit den Stakeholdern zusammenarbeiten

Wir empfehlen, dass das BSV die Zusammenarbeit und den systematischen Austausch mit bestehenden Organisationen weiter ausbaut (bspw. mit Akteuren aus dem heil-, sonder- und sozialpädagogischen Bereich, mit Medienpädagogen/-innen, dem Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit DOJ, dem Verband Kinderbetreuung Schweiz kibesuisse, mit Pro Juventute, educa oder dem Schweizerischen Spielgruppen-Leiter/-innen Verband SSLV).

Ausserdem soll geprüft werden, inwieweit regionale/lokale Stakeholder bei ihren Aktivitäten für Bezugspersonen vom BSV aktiver unterstützt werden können. Dies soll insbesondere in Absprache mit Dachverbänden, Vertretenden der Volksschule und Elternvereinigungen erfolgen.

Résumé

Contexte et méthodologie

En 2015, au terme du programme national *Protection de la jeunesse face aux médias et compétences médiatiques*, le Conseil fédéral a décidé de poursuivre les mesures de la Confédération pour protéger les enfants et les jeunes face aux médias. Les mesures éducatives sont mises en œuvre par le biais de la plateforme nationale Jeunes et médias de l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS). Parallèlement, l'OFAS coordonne les activités relevant du volet réglementaire.

La présente évaluation porte sur les mesures éducatives prises dans le domaine de la protection des enfants et des jeunes face aux médias de 2016 à 2020 (ci-après « Jeunes et médias »). Premièrement, ces mesures sont destinées aux *personnes de référence* qui sont directement en contact avec les enfants et les jeunes. En effet, en renforçant les compétences médiatiques de ces dernières, on améliore également celles des enfants et des jeunes, qui de ce fait utiliseront les médias numériques de façon sûre et responsable (vision). Deuxièmement, les mesures s'adressent aussi aux *multiplicateurs*, qui ont eux-mêmes souvent les personnes de référence comme groupe cible. Il s'agit là de s'assurer que les multiplicateurs connaissent les derniers développements et exemples de bonnes pratiques, qu'ils diffusent les informations et élaborent des mesures efficaces de promotion des compétences médiatiques compte tenu des activités existantes. L'évaluation a examiné la conception et la mise en œuvre, les prestations fournies, leur impact sur le public visé et les groupes cibles ainsi que le rapport coûts / bénéfices depuis 2016. Elle s'est aussi intéressée au degré d'impact des mesures sur les objectifs à long terme (vision) et formule des recommandations relatives à la mise en œuvre, à partir de 2021, des mesures éducatives pour protéger les jeunes face aux médias.

L'évaluation s'est déroulée d'octobre 2019 à mars 2020 ; elle a consisté en une analyse de documents et de données, une enquête en ligne menée auprès de 765 personnes (362 multiplicateurs et 403 personnes de référence) et 15 entretiens semi-directifs avec des experts.

Conception et mise en œuvre du programme

L'évaluation montre que *la conception est cohérente* : les objectifs, les thèmes prioritaires, les groupes cibles et la mise en œuvre sont bien coordonnés. Les personnes interrogées considèrent que les objectifs et le choix des destinataires sont pertinents. Les thèmes prioritaires « Extrémisme et radicalisation » (2017-2019), « Sexualité et Internet » (2018-2019) et « Protection des données » (2020-2021), en cours pendant la période d'évaluation, sont également jugés importants, le dernier thème ayant suscité un intérêt tout particulier.

S'agissant de la *mise en œuvre*, l'OFAS a constitué un groupe stratégique ainsi que des groupes de travail thématiques. Si leur composition n'a pas fait l'objet de critiques, leur fonction exacte n'est pas connue de tous. La plupart des participants estiment que la mise en œuvre est *appropriée*. Sur le plan opérationnel, Jeunes et médias occupe trois personnes, ou 1,6 poste à plein temps, à l'OFAS. Le groupe stratégique est chargé de piloter le programme depuis 2016. Il est composé de représentants de la Confédération, des cantons, des villes et des communes. La participation de divers services fédéraux au groupe stratégique contribue à assurer une meilleure coordination entre les différentes activités de la Confédération sur la question de la numérisation.

La communication de l'OFAS est jugée très positivement et le mode de travail participatif de ses collaborateurs est très apprécié.

Prestations

Les activités de Jeunes et médias couvrent quatre champs d'action. L'évaluation a examiné *l'adéquation* des prestations dans chacun de ces champs. Tous champs d'action confondus, les personnes interrogées jugent

positives ou très positives les activités de l'OFAS. Toutefois, elles ont identifié des possibilités d'améliorer certaines prestations ou champs d'action :

- Le champ 1 « *Information et sensibilisation* » a pour objectif principal de renforcer les compétences médiatiques des personnes de référence. Les prestations fournies au cours de la période évaluée sont : la gestion du site www.jeunesetmedias.ch, les activités sur les réseaux sociaux (Facebook, YouTube, Twitter), l'envoi régulier de newsletters, la révision de cinq brochures dans les trois langues nationales et d'un dépliant en seize langues ainsi que la participation de l'OFAS aux manifestations de tiers. Ces prestations sont bien connues, jugées importantes et utiles, et sont largement utilisées.
- Le champ 2 « *Soutien aux acteurs-clés* » porte avant tout sur la collaboration entre l'OFAS et les parties prenantes en vue de produire des brochures et du matériel didactique spécifiques, ainsi que sur le soutien apporté aux tiers dans l'organisation et la réalisation de colloques, conférences et formations. De plus, un soutien financier ponctuel peut être alloué, sur demande, à des projets ayant valeur de modèle ou encourageant la participation des jeunes. L'OFAS a soutenu de nombreuses activités, notamment par le biais de subventions, et a ponctuellement mis son expertise au service des acteurs-clés. Toutefois, les prestations fournies ne sont pas encore très bien connues. En effet, l'OFAS n'a pas activement communiqué sur la possibilité d'octroyer des aides financières aux projets encourageant la participation ou ayant valeur de modèle, et aucune demande n'a été déposée au cours de la période d'évaluation.
- Le champ 3 « *Développement du savoir* » vise à enrichir les connaissances des acteurs en matière de protection des jeunes face aux médias et à fournir des exemples de bonnes pratiques. Trois études et deux évaluations externes ont été commandées pendant la période d'évaluation. Les résultats de ces travaux montrent que les produits de ces mandats sont plus ou moins bien connus. L'étude MIKE est particulièrement renommée. En outre, l'OFAS a mandaté quatre projets pilotes liés au thème « Extrémisme et radicalisation » et trois concernant le thème « Sexualité et Internet ». Les personnes interrogées considèrent la réalisation de projets pilotes comme une mesure décisive et durable qui doit être reconduite et même développée.
- Le champ 4 « *Coordination et mise en réseau* » entend améliorer la diffusion des connaissances, l'échange d'expériences et la coordination entre les acteurs. Diverses manifestations et rencontres ont été organisées à cette fin. De nombreux destinataires ne font pas clairement la distinction entre les diverses instances, en particulier entre le Forum national professionnel et le Réseau compétences médiatiques Suisse. Deux tables rondes et deux rencontres du groupe de réflexion ont été consacrées au thème « Sexualité et Internet », tandis que « Extrémisme et radicalisation » a fait l'objet de neuf réunions du groupe d'expert. Les personnes interrogées connaissent bien les prestations de ce champ d'action et les jugent importantes et utiles.

Par ailleurs, l'évaluation s'est intéressée à l'*efficacité, en termes de prestations et d'impact, des ressources engagées*. Les experts interrogés notent que les ressources disponibles pour Jeunes et médias sont utilisées de manière efficace. En effet, l'OFAS parvient, avec des ressources en personnel modestes, à fournir un grand nombre de prestations, à proposer des produits de qualité, à organiser des manifestations intéressantes, à mettre en réseau différents acteurs du domaine et à contribuer à la coordination des mesures existantes. En moyenne, les ressources engagées s'élèvent à 725 000 francs par an (y c. salaires, contributions aux projets pilotes, évaluations, contributions aux manifestations et publications de tiers, etc.). L'évaluation montre qu'au vu du volume de prestations, ce montant est justifié.

Impact du programme

L'*efficacité des prestations* a été évaluée sur la base de l'impact réel de ces dernières sur le comportement, les connaissances et les attitudes des destinataires.

L'évaluation confirme l'efficacité des prestations. Les mesures de Jeunes et médias ont incité près d'un tiers des multiplicateurs et des personnes de référence exerçant leur activité à titre professionnel à adopter un rôle plus actif. Jeunes et médias a permis d'augmenter la quantité de matériel d'information distribué et de conseiller directement plus de personnes de référence. En outre, les destinataires ont enrichi leurs connaissances spécifiques tout en appréciant les activités de coordination et de mise en réseau.

L'impact sur les attitudes et les représentations est également visible : Jeunes et médias a entraîné un changement de mentalité chez les multiplicateurs et les parents, qui sont passés de l'interdiction à l'encadrement actif. En outre, le potentiel des médias numériques gagne en reconnaissance par rapport aux risques.

L'évaluation a également examiné dans quelle mesure les activités de Jeunes et médias contribuaient aux *objectifs à long terme (vision)* de ce thème. Les résultats montrent qu'elles contribuent effectivement à développer la capacité des enfants et des jeunes à saisir les opportunités et à éviter les risques liés aux médias numériques.

Conclusions et recommandations

S'agissant de la mise en œuvre des mesures éducatives visant à protéger les jeunes face aux médias pour la période 2021 à 2025, les conclusions et recommandations de l'évaluation sont les suivantes :

Le programme Jeunes et médias est cohérent, a fait ses preuves et est apprécié des destinataires. Toutefois, les dénominations et les fonctions de plusieurs instruments, et notamment des manifestations et groupes de travail, peuvent être améliorées. Ce constat conduit à la recommandation suivante :

Recommandation 1 : Reconduire un modèle qui a fait ses preuves et préciser le profil des manifestations

Au vu du très haut niveau de satisfaction exprimé par les destinataires à l'égard des activités et des effets qu'ils ont observés, l'OFAS devrait reconduire les activités du volet éducatif de la protection des jeunes face aux médias et conserver la flexibilité thématique et l'approche participative, ce qui permettra de réagir, à l'avenir aussi, aux évolutions à l'œuvre dans ce domaine. Atteindre les groupes cibles vulnérables doit rester l'objectif premier, indépendamment du champ thématique.

Les désignations et les fonctions spécifiques des différents instruments (manifestations, groupes de travail) doivent être précisées et communiquées. En effet, cela améliorera leur visibilité et l'attention qui leur est accordée. Nous recommandons de mieux différencier le Forum national professionnel et le Réseau compétences médiatiques Suisse, ou de les fusionner.

Malgré des ressources en personnel relativement modestes, l'OFAS fournit un nombre important de prestations utiles et de qualité. Globalement, ces prestations sont jugées très positivement par les destinataires et doivent être reconduites ou même développées. Certains ajustements permettraient de renforcer leur impact potentiel. Les prestations de soutien aux principaux acteurs, en particulier, sont trop peu profilées et mal connues. La conception présente également quelques imprécisions ou chevauchements : le champ d'action « Soutien aux acteurs-clés » prévoit des projets encourageant la participation ou ayant valeur de modèle pour lesquels il est possible de déposer une demande de soutien. Parallèlement, des mandats sont attribués pour des projets pilotes liés au champ d'action « Développement du savoir » ; or, il s'agit là à proprement parler de projets ayant valeur de modèle. Il en résulte par conséquent la recommandation suivante :

Recommandation 2 : Préciser, renforcer et faire connaître les prestations visant à soutenir les acteurs-clés

Les prestations visant à soutenir les acteurs-clés devraient être mieux définies, et les destinataires mieux informés de l'offre correspondante. Il serait envisageable de regrouper certains champs d'action qui se recoupent partiellement dans la pratique. Par exemple, le champ 2 « Soutien aux acteurs-clés » et le champ 4 « Coordination et mise en réseau » pourraient être réunis sous le titre « Soutien et mise en réseau des acteurs-clés ».

Il conviendrait également de sensibiliser davantage les acteurs-clés au fait qu'ils peuvent solliciter un soutien pour des projets ayant valeur de modèle ou encourageant la participation, dans les limites du budget disponible. Il s'agira donc de définir des critères et de les communiquer de manière transparente. En outre, il faudrait prendre aussi en considération les projets qui ne sont pas liés à un thème prioritaire spécifique, mais s'attachent à promouvoir les compétences médiatiques en général. L'organisation, à l'échelle régionale, de

cours de formation continue sur les compétences médiatiques destinés aux personnes travaillant avec des jeunes pourrait, par exemple, bénéficier d'une telle forme de soutien.

L'évaluation montre que les destinataires ont réellement besoin que l'OFAS agisse davantage sur le terrain. Cependant, selon l'équipe chargée de l'évaluation, il est irréaliste d'imaginer qu'avec ses modestes ressources en personnel, l'OFAS puisse, par exemple, être présent aux manifestations destinées aux parents. En ce qui concerne les manifestations et les publications, l'OFAS a avant tout un rôle de coordinateur, de diffuseur, de passeur et de facilitateur. Ce rôle correspond à la conception de Jeunes et médias, a et aura une importance cruciale et sera éventuellement développé. Renforcer la collaboration avec les acteurs, et notamment avec les associations faïtières, permettrait de tirer un meilleur profit des ressources, compétences et bases de chacun. La recommandation suivante a été formulée à cet effet :

Recommandation 3 : Collaborer encore plus étroitement avec les acteurs-clés

L'OFAS devrait développer la collaboration et l'échange systématique d'informations avec les organisations (par exemple, avec les acteurs des domaines de la pédagogie sociale, curative ou spécialisée, les pédagogues des médias, l'association faïtière pour l'animation enfance et jeunesse en milieu ouvert (AFAJ), la Fédération suisse pour l'accueil de jour de l'enfant (kibesuisse), Pro Juventute, educa ou encore la Fédération suisse des animatrices de groupes de jeux (FSAJ/SSLV).

De plus, l'OFAS devrait examiner dans quelle mesure il peut renforcer le soutien qu'il accorde aux acteurs-clés régionaux ou locaux pour leurs activités destinées aux personnes de référence. Cette réflexion devrait se faire en concertation avec les associations faïtières, les représentants de l'école primaire et des associations de parents d'élèves.

Riassunto

Contesto e metodo

Dopo la conclusione del programma nazionale *Protezione dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media e promozione delle competenze medialì*, alla fine del 2015, il Consiglio federale ha deciso di mantenere le misure adottate dalla Confederazione nell'ambito della protezione della gioventù dai rischi dei media. Attraverso la «Piattaforma nazionale Giovani e media» dell'Ufficio federale delle assicurazioni sociali (UFAS) vengono attuate misure nell'ambito della protezione educativa dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media. Parallelamente, l'Ufficio federale coordina attività nell'ambito della protezione normativa dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media.

La presente valutazione si è occupata di analizzare le misure di protezione educativa attuate tra il 2016 e il 2020 con la piattaforma nazionale (di seguito Giovani e media). Le misure in questione sono destinate innanzitutto alle *persone di riferimento*, ovvero persone a diretto contatto con bambini e giovani: l'obiettivo è di promuovere le competenze medialì delle prime per contribuire in ultima analisi ad insegnare ai bambini e giovani in Svizzera ad utilizzare i media digitali in modo sicuro e responsabile (visione). Giovani e media si rivolge inoltre ai *moltiplicatori*, il cui gruppo target a sua volta è spesso costituito dalle persone di riferimento in questione. Questi devono essere informati degli sviluppi recenti e di esempi di buone pratiche, divulgare informazioni e sviluppare misure per la promozione delle competenze medialì efficaci e coordinate con le attività esistenti. La valutazione ha preso in esame l'impostazione concettuale e l'attuazione delle misure, le prestazioni fornite e la loro efficacia in relazione ai destinatari e gruppi target nonché il rapporto costi-benefici dal 2016. Gli autori della valutazione hanno inoltre analizzato in che misura Giovani e media è riuscita a fornire un contributo al raggiungimento degli obiettivi a lungo termine (visione) e ha poi formulato raccomandazioni per l'attuazione delle misure di protezione educativa a partire dal 2021.

A tale scopo, tra l'ottobre del 2019 e il marzo del 2020 sono state condotte un'analisi dei documenti e dei dati disponibili, un'inchiesta online presso 765 persone (362 moltiplicatori e 403 persone di riferimento) e 15 interviste guidate con esperti.

Risultati concernenti l'impostazione concettuale e l'attuazione

I risultati della valutazione attestano la *coerenza dell'impostazione concettuale*: gli obiettivi, i temi centrali, i gruppi target e l'attuazione sono ben coordinati tra loro. Le persone intervistate giudicano gli obiettivi rilevanti e i destinatari corretti. Sono ritenuti importanti anche i temi centrali trattati nel periodo oggetto della valutazione, vale a dire «Estremismo e radicalizzazione» (2017–2019), «Sessualità e Internet» (2018–2019) e in particolare l'ultimo in ordine cronologico, «Protezione dei dati» (2020–2021).

Per l'*attuazione*, l'UFAS ha istituito un comitato ristretto e gruppi di lavoro tematici. Sebbene non si critichi la composizione di questi organi, la loro esatta funzione non è chiara a tutti. I partecipanti all'inchiesta giudicano l'attuazione in gran parte *adeguata*. Dal punto di vista operativo, all'UFAS vi sono tre persone responsabili per Giovani e media, per un totale di 1,6 posti a tempo pieno. Sul piano strategico, la competenza è affidata dal 2016 al comitato ristretto summenzionato, composto da rappresentanti di Confederazione, Cantoni, Città e Comuni. La partecipazione di vari servizi federali a questo organo contribuisce alla migliore integrazione delle attività della Confederazione nel settore della digitalizzazione.

La comunicazione da parte dell'UFAS è giudicata molto positivamente e l'approccio partecipativo del lavoro dei collaboratori dell'UFAS è molto apprezzato.

Risultati concernenti le prestazioni

Giovani e media si articola in quattro campi d'azione. Nell'ambito della valutazione si è esaminata l'*adeguatezza* delle prestazioni fornite in ognuno di questi campi. Se sulle attività dell'UFAS per i campi d'azione nel loro complesso gli attori intervistati hanno espresso un parere da positivo a molto positivo, riguardo alle prestazioni e ai campi d'azione presi singolarmente sono state segnalate possibilità di miglioramento.

- Il campo d'azione 1 «*Informazione e sensibilizzazione*» persegue principalmente l'obiettivo di accrescere le competenze medialie delle persone di riferimento. Le prestazioni fornite in questo campo d'azione, nel periodo in esame, sono la gestione del sito Internet www.giovanimedia.ch, le attività sui media sociali (Facebook, YouTube, Twitter), il regolare invio di newsletter, la rielaborazione delle cinque guide di Giovani e media nelle tre lingue nazionali e degli opuscoli in 16 lingue nonché i consigli forniti dall'UFAS per le manifestazioni di terzi. Tutte le prestazioni sono ben conosciute, ampiamente sfruttate e giudicate importanti e utili.
- Il campo d'azione 2 «*Sostegno dei principali portatori d'interesse*» comprende in particolare la collaborazione dell'UFAS con i portatori d'interesse per l'elaborazione di guide e materiali didattici specifici nonché il sostegno a terzi per l'organizzazione di convegni, conferenze e formazioni. Sempre nell'ambito di questo campo d'azione è inoltre possibile ottenere su richiesta aiuti finanziari mirati per progetti modello e partecipativi. Sono numerose le attività finora sostenute in questo ambito, in particolare mediante la concessione di aiuti finanziari. In singoli casi l'UFAS ha sostenuto i portatori d'interesse con la sua consulenza specializzata. Attualmente le prestazioni di questo campo d'azione non sono molto conosciute. Ad oggi l'UFAS non ha promosso attivamente la concessione di aiuti finanziari per progetti modello e partecipativi e nel periodo in esame non sono state presentate richieste per questo tipo di progetti.
- Il campo d'azione 3 «*Ampliamento delle conoscenze*» mira ad allargare la base di conoscenze degli attori interessati in merito alla protezione della gioventù dai rischi dei media e a permettere loro di orientarsi con esempi di buone pratiche. Nel periodo in esame sono stati commissionati tre studi e due valutazioni esterne. I risultati della valutazione indicano che la divulgazione dei prodotti per la trasmissione di conoscenze è eterogenea. La pubblicazione maggiormente conosciuta è lo studio MIKE. L'UFAS ha inoltre messo a concorso e attribuito mandati per quattro progetti pilota sul tema centrale «*Estremismo e radicalizzazione*» e tre sul tema centrale «*Sessualità e Internet*». Il sostegno di progetti pilota è giudicato dagli intervistati una misura fondamentale ed efficace a lungo termine, che deve assolutamente essere mantenuta e persino ampliata.
- Il campo d'azione 4 «*Coordinamento e messa in rete*» persegue l'obiettivo di migliorare la divulgazione delle conoscenze, lo scambio di esperienze e il coordinamento tra gli attori interessati attraverso attività di coordinamento e messa in rete. A tale scopo sono stati organizzati diversi incontri di scambio e manifestazioni. Per molti destinatari non è chiara la differenza tra le varie attività, in particolare tra il Forum nazionale e la Rete Competenze medialie Svizzera. Sul tema centrale «*Sessualità e Internet*» sono stati organizzati due tavole rotonde e tre incontri del gruppo di riflessione appositamente istituito, mentre sul tema centrale «*Estremismo e radicalizzazione*» nove incontri del gruppo di esperti. Tutte le prestazioni del campo d'azione 4 sono ben conosciute e giudicate importanti e utili dalle persone intervistate.

La valutazione ha esaminato anche l'*efficienza delle risorse* impiegate in termini di prestazioni e di impatto. A questo proposito, gli esperti intervistati sono del parere che le risorse disponibili per Giovani e media siano impiegate in modo efficiente. A fronte di una dotazione di personale piuttosto limitata, l'UFAS è in grado di fornire un cospicuo numero di prestazioni, realizzare prodotti di qualità elevata, organizzare manifestazioni valide, mettere in contatto tra loro i vari attori interessati e contribuire al coordinamento delle misure esistenti. I risultati della valutazione mostrano che l'impiego di circa 725 000 franchi in media all'anno (compresi le spese per il personale, i contributi per progetti pilota, i costi delle valutazioni, i contributi per manifestazioni e pubblicazioni di terzi ecc.) è giustificato dall'importante volume di prestazioni fornite.

Risultati concernenti l'efficacia

Nell'ambito della valutazione dell'*efficacia delle prestazioni* si è analizzato in che misura le prestazioni fornite hanno prodotto gli effetti auspicati sul comportamento, sulle conoscenze e sull'atteggiamento dei destinatari.

I risultati confermano l'efficacia delle prestazioni in tal senso. Circa un terzo dei moltiplicatori e delle persone di riferimento nell'ambito della loro professione è diventato più attivo a seguito delle misure di Giovani e media. Grazie alla piattaforma nazionale viene consegnato sempre più materiale informativo sulla protezione della gioventù dai rischi dei media e le persone di riferimento dirette di bambini e giovani ricevono più spesso consulenza su questo tema. Grazie a Giovani e media, inoltre, i destinatari dispongono di maggiori conoscenze specifiche sul tema e di rilievo. Anche le attività di coordinamento e di messa in rete sono di grande importanza.

Si rilevano inoltre effetti sul piano dell'atteggiamento e del comportamento: Giovani e media ha promosso un cambio di paradigma sia tra i moltiplicatori che tra i genitori, dall'approccio del divieto a quello dell'accompagnamento attivo di bambini e giovani. Per non parlare del fatto che, rispetto a prima, oltre ai rischi oggi si riconoscono sempre più anche le opportunità dei media digitali.

La valutazione ha esaminato anche in che misura Giovani e media fornisce un contributo *dal punto di vista degli obiettivi a lungo termine (visione)*. I risultati mostrano che le misure della piattaforma nazionale forniscono un contributo prezioso nel permettere ai bambini e ai giovani di acquisire le competenze necessarie per affrontare opportunità e rischi dei media digitali.

Conclusioni e raccomandazioni

Di seguito sono espone le conclusioni della valutazione e le raccomandazioni dei suoi autori per l'attuazione delle misure di protezione educativa dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media nel periodo 2021–2025.

Il piano concettuale di Giovani e media è coerente, si è dimostrato valido e viene approvato dai destinatari. Si rileva una certa necessità d'intervento per quanto concerne le denominazioni e le funzioni delle diverse attività, in particolare delle manifestazioni. A questo proposito è formulata la seguente raccomandazione.

Raccomandazione n. 1: mantenere il valido piano concettuale e definire con maggiore chiarezza il profilo delle manifestazioni

Sulla base dell'elevato livello di soddisfazione dei destinatari nei confronti delle misure attuate e della relativa efficacia da loro rilevata, si raccomanda all'UFAS di proseguire l'attuazione delle misure nell'ambito della protezione educativa dell'infanzia e della gioventù dai rischi dei media, mantenendo la flessibilità tematica e l'approccio partecipativo seguiti finora, così da permettere anche in futuro di reagire in funzione degli sviluppi più recenti in questo contesto. Il raggiungimento dei gruppi target vulnerabili deve rimanere un obiettivo prioritario a prescindere dai temi specifici.

Le denominazioni e le specifiche funzioni delle diverse attività (manifestazioni, gruppi di lavoro) vanno definite e comunicate con maggiore chiarezza. In questo modo si rafforza l'identità delle attività accrescendone la visibilità. Si raccomanda in particolare di distinguere più nettamente il Forum nazionale e la Rete Competenze mediali Svizzera oppure di fondere le due manifestazioni.

Nonostante il volume piuttosto ristretto delle risorse di personale, l'UFAS fornisce un numero consistente di prestazioni utili ed efficaci di qualità elevata. Giudicate nel complesso molto positivamente dai destinatari, devono essere assolutamente mantenute, se non addirittura ampliate. Determinati adeguamenti permetterebbero di rafforzarne il potenziale di efficacia. In particolare le prestazioni a sostegno dei principali portatori d'interesse sono ancora poco delineate e conosciute. Nel piano concettuale si rileva inoltre ancora una certa vaghezza o alcuni doppioni: nell'ambito del rispettivo campo d'azione è prevista la possibilità di ottenere su

richiesta un sostegno finanziario per progetti modello e partecipativi. Parallelamente, nel campo d'azione «Ampliamento delle conoscenze» vengono attribuiti mandati per progetti pilota, i quali in base alla definizione data sono in realtà progetti modello. A questo proposito è formulata la seguente raccomandazione.

Raccomandazione n. 2: definire con maggiore chiarezza, rafforzare e far conoscere le prestazioni a sostegno dei principali portatori d'interesse.

Le prestazioni a sostegno dei principali portatori d'interesse vanno definite in modo più preciso e pubblicizzate maggiormente presso i destinatari. Si raccomanda di valutare la possibilità di unire alcuni campi d'azione, poiché nella prassi si rilevano doppiioni. Un'opzione sarebbe di fondere il campo d'azione 2 «Sostegno dei principali portatori d'interesse» con il campo d'azione 4 «Coordinamento e messa in rete» in «Sostegno e messa in rete dei principali portatori d'interesse».

Si raccomanda anche di informare maggiormente i portatori d'interesse (nei limiti del budget disponibile) del fatto che in base al piano concettuale hanno la possibilità di chiedere un sostegno per la realizzazione di un progetto modello o partecipativo. A tal fine occorre elaborare e comunicare in modo trasparente i criteri da adempiere. Si raccomanda inoltre di continuare a includere nel quadro di questo sostegno attività non legate a un tema centrale, bensì volte a promuovere le competenze medialie in generale. Per esempio grazie a questo sostegno si potrebbero realizzare a livello regionale formazioni continue in competenze medialie destinate a operatori del settore delle attività giovanili.

Dalla valutazione è emerso che i destinatari auspicano un maggiore intervento dell'UFAS sul posto. Secondo i suoi autori, però, considerato il volume ristretto delle risorse di personale disponibili, è irrealistico che i collaboratori dell'Ufficio federale partecipino per esempio a singole manifestazioni per i genitori. Ad oggi l'UFAS non si è mai posto in primo piano nell'ambito di manifestazioni o della pubblicazione di guide e aiuti pratici, ma ha piuttosto assunto un ruolo di apripista e facilitatore attraverso il coordinamento e la divulgazione. Questo ruolo, in linea con il piano concettuale di Giovani e media, rimane fondamentale e dovrebbe essere portato avanti e se possibile ampliato. Inoltre una collaborazione più stretta con i vari attori, in particolare le associazioni mantello, potrebbe offrire un'opportunità per sfruttare reciprocamente ancora di più le risorse, le competenze e le basi elaborate. A questo proposito è formulata la seguente raccomandazione.

Raccomandazione n. 3: collaborare in modo ancora più stretto con i portatori d'interesse

Si raccomanda all'UFAS di ampliare ulteriormente la collaborazione e il dialogo sistematico con le organizzazioni esistenti (p. es. con attori del settore della pedagogia curativa, speciale o sociale, con pedagoghi medialie nonché con l'Associazione mantello svizzera per l'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù, la Federazione svizzera delle strutture d'accoglienza per l'infanzia kibesuisse, Pro Juventute, educa.ch o l'associazione svizzera dei responsabili dei gruppi di gioco).

Occorre inoltre verificare in che modo l'UFAS possa impegnarsi maggiormente per sostenere i portatori d'interesse regionali e locali nell'ambito della loro attività per le persone di riferimento. Questo deve avvenire d'intesa in particolare con associazioni mantello, rappresentanti della scuola dell'obbligo e associazioni di genitori.

Summary

Background and methodology

Following the conclusion of the national programme for the protection of minors in the media environment and media literacy (*Jugendmedienschutz und Medienkompetenzen*) at the end of 2015, the Federal Council decided to continue the government's youth protection measures. The "National Youth and Media platform" created by the Federal Social Insurance Office (FSIO) operationalises educational measures to protect minors from harm in the media environment. The FSIO also coordinates regulatory activities in this field.

This evaluation examined the educational measures undertaken to protect children and adolescents from harmful content from 2016–2020 (hereinafter: "Youth and Media"). These measures are directed firstly at *caregivers* who are in direct contact with children and adolescents. Developing the media literacy of caregivers is intended to help ensure that children and adolescents in Switzerland are able to navigate digital media safely and responsibly (vision). Secondly, the measures address *multipliers*, which again often include caregivers in the target group. Multipliers should be aware of current developments and examples of good practice, spread information and develop effective measures to promote media literacy that are coordinated with existing activities. This evaluation assessed the concept and implementation, the services provided, their impact on the target audience and groups, and the cost-benefit ratio since 2016. In addition, it evaluated the extent to which the measures have succeeded in meeting the long-term objectives (vision). The evaluation team also formulated recommendations for implementing educational measures to protect minors in the media environment from 2021 onwards.

An analysis of documents and data, an online survey of 765 people (362 multipliers and 403 caregivers), and 15 structured interviews with experts were conducted between October 2019 and March 2020.

Key findings in relation to concept and implementation

The evaluation finds that the *concept is coherent*: the objectives, focus areas, target groups and implementation are well coordinated. Respondents consider the objectives to be relevant, and the defined target audience is judged to be correct. The focus areas of "extremism and radicalisation" (2017–2019), "sexuality and internet" (2018–2019) and "data privacy" (2020–2021) covered during the evaluation period are regarded as important, especially "data privacy", the last one to commence.

For *implementation* FSIO set up a core group plus working groups focusing on specific areas. No criticism is levelled at the composition of these groups, but the precise function of these entities is not known to everyone. Stakeholders judge implementation to be broadly *satisfactory*. Operationally at FSIO, a team of three people covering 1.6 FTE posts are responsible for Youth and Media. Responsibility at the strategic level has lain with the core group since 2016. It consists of representatives of the federal government, cantons, cities and local authorities. The involvement of various federal offices in the core group helps to ensure better harmonisation with the government's digital transformation activities.

Communication by the FSIO is rated very positively and the participatory approach of FSIO staff is greatly valued.

Key findings in relation to service provision

Youth and Media is divided into four action areas. The evaluation looked at the *suitability* of provision in each of these action areas. In general, across all the action areas, the stakeholders surveyed rate FSIO's activities as positive or very positive, although they indicated some scope for optimisation of individual services and action areas:

- Action area 1 “*Informing and raising awareness*” is primarily aimed at improving the media literacy of caregivers. Service provision in this action area during the period surveyed comprised operating the website www.jugendundmedien.ch, activities on social media (Facebook, YouTube, Twitter), sending out regular newsletters, revising five brochures in the three national languages and the flyer in 16 languages, as well as FSIO input into third-party events. The services provided in this action area are well known, are regarded as important and useful, and are widely used.
- Action area 2 “*Support for stakeholders*” primarily covers cooperation between the FSIO and stakeholders for drafting specific brochures and educational materials, and assisting third parties with the organisation and running of meetings, conferences and training courses. This action area also includes some financial assistance for participation and model projects on request. Numerous activities have been supported to date; in particular financial contributions were made and FSIO shared its expertise with stakeholders in some individual instances. The services provided in this area are not widely known at present. To date FSIO has not proactively advertised its offer of financial assistance for participation and model projects and no applications for this type of project were submitted during the evaluation period.
- Action area 3 “*Knowledge building*” aims to enable Youth and Media stakeholders to expand their knowledge and reference examples of good practice. Three studies and two external evaluations were commissioned during the evaluation period. The evaluation finds that there are different levels of awareness of the products created. The MIKE study in particular is well known. FSIO also invited bids for and commissioned four pilot projects in the area of “extremism and radicalisation” as well as three pilot projects on the topic of “sexuality and the internet”. Respondents consider support for pilot projects to be a key measure with a lasting impact which is essential to continue and further expand.
- Action area 4 “*Coordination and networking*” aims to improve the dissemination of knowledge, experience-sharing and coordination between stakeholders through coordination and networking activities. To this end, various events and meetings to share experience were held. Many in the target audience are not clear about the distinction between the various entities, in particular the National Expert Forum and the Swiss Media Literacy Network (*Netzwerk Medienkompetenz Schweiz*). Two roundtable discussions and three think tank events were held on the subject of “sexuality and the internet”, and nine meetings of the expert group on “extremism and radicalisation” took place. The services provided in action area 4 are well known and respondents judge them to be important and useful.

The evaluation further examined the *effectiveness and efficiency of the resources* employed. The experts interviewed are of the opinion that the resources available to Youth and Media are being efficiently utilised. Although it has relatively few personnel resources at its disposal, the FSIO is providing a large number of services, creating high-quality products, running good events, enabling the various stakeholders in the field to network, and is helping to coordinate existing measures. The evaluation finds that the average expenditure of around CHF 725,000 per year (incl. staff costs, contributions to pilot projects, evaluations, contributions to third-party events and publications etc.) is reasonable given the wide range of service provision.

Key findings in relation to impact

To assess the *effectiveness of service provision*, the extent to which the services provided have the desired effect on the behaviour, knowledge and attitudes of the target audience was investigated.

The evaluation confirms the effectiveness of provision. Around one third of multipliers and professional caregivers have become more active themselves as a result of the Youth and Media programme. Thanks to this programme, more informational material on protecting young people from harmful media content is being distributed and advice on this subject is being provided directly to more caregivers. Moreover, thanks to Youth and Media, the target audience possesses more relevant and specific knowledge about the subject. The coordination and networking activities are likewise of great importance.

It is also possible to see an impact in terms of attitudes: Youth and Media has helped to bring about a paradigm shift among both multipliers and parents, away from simply banning through to actively supporting children

and adolescents. In addition, along with the risks, the opportunities offered by digital media are now increasingly also being recognised.

The evaluation also considered the extent to which Youth and Media measures contribute to *meeting long-term objectives (vision)*. The findings show that the measures are making a valuable contribution to empowering children and adolescents to competently navigate the opportunities and risks of digital media.

Conclusions and recommendations

The conclusions and recommendations of the evaluation team as regards implementation of the educational Youth and Media measures in 2021–2025 are set out below:

The Youth and Media concept is coherent, has proved to be worthwhile, and has the approval of the target audience. There is a need for some action in relation to the names and functions of the various entities involved, especially at events. This gives rise to the following recommendation:

Recommendation 1: Continue with the proven concept but define the profile of events more clearly

Owing to the very high approval ratings for the measures implemented and the impact noticed by the target audience, we recommend that FSIO should continue with the educational measures in its Youth and Media programme and should maintain its thematic flexibility and participative approach to enable it to respond to future new developments in this field. It should continue aiming to reach vulnerable target groups across all focus areas.

The names and specific functions of the various entities (events, working groups) should be more clearly defined and communicated. This will reinforce recognition and increase awareness. In particular we recommend that the National Expert Forum and the Media Literacy Network should either be more clearly delineated or be merged into a single entity.

Despite the relatively limited personnel resources at its disposal, the FSIO is providing a large number of high-quality, useful and effective services. Overall, these are rated very positively by the target audience and should definitely be continued, or even further expanded. The potential impact of these services could be further boosted by certain modifications. In particular, stakeholder support services are not well defined and are little known. The concept is also a little fuzzy in places, with a certain amount of duplication: the action area “Support for stakeholders” includes the option of submitting funding applications for participation and model projects. At the same time in the “Knowledge building” action area, pilot projects that by definition are essentially model projects are commissioned. We therefore recommend the following:

Recommendation 2: More clearly define, strengthen and communicate stakeholder support services

Services for supporting stakeholders should be more clearly defined and should be better communicated to the target audience. In our view, consideration could also be given to combining action areas as in practice they overlap to some extent. For example, action area 2 “Support for stakeholders” and action area 4 “Coordination and networking” could be merged into one action area “Supporting and connecting stakeholders”.

We also recommend stepping up the provision of information to stakeholders that – depending on the budget available – they may apply for financial assistance for participation and model projects. The criteria for these must be drawn up and communicated transparently. We recommend widening the scope of this funding to also include activities that are not linked to one specific focus area but are aimed at improving media literacy generally. For example, funding could be provided for regional media literacy training courses for youth workers.

The evaluation reveals that the target audience has a definite need of more local FSIO activities. In view of the already stretched personnel resources of the FSIO, the evaluation team considers it unrealistic for FSIO staff to

participate in individual parent evenings, for example. The FSIO has hitherto not itself been in the foreground at events or the publication of products or aids, but rather has played a coordinating role as an enabler that opens doors. This role fits in with the Youth and Media concept, continues to be very important and should therefore be maintained, and expanded if possible. In our view, even closer cooperation with stakeholders, especially with umbrella organisations, could also offer the opportunity to derive even greater mutual benefit from resources, expertise and information materials. We therefore recommend the following:

Recommendation 3: Work even more closely with stakeholders

We recommend that FSIO extends cooperation and systematic information exchange with existing organisations, for example with stakeholders working in the healthcare or special/social pedagogy sector, media pedagogues, the DOJ umbrella organisation for open youth work, the Swiss childcare federation kibesuisse, the Pro Juventute foundation, educa or the Swiss association of playgroup leaders SSLV.

It should furthermore be considered whether FSIO is able to more actively support regional/local stakeholders with activities aimed at caregivers. This should be done in consultation with umbrella organisations, representatives of schools and parent associations.

1. Einleitung

Im Folgenden wird zuerst die Ausgangslage der vorliegenden Evaluation beschrieben (Abschnitt 1.1), anschliessend wird auf den Gegenstand und die Fragestellungen der Evaluation eingegangen (Abschnitt 1.2). Danach wird das methodische Vorgehen rekapituliert (Abschnitt 1.3).

1.1 Ausgangslage

Nach Abschluss des nationalen Programms *Jugendmedienschutz und Medienkompetenzen*, das bis Ende 2015 lief, hat der Bundesrat beschlossen, Massnahmen des Bundes im Bereich des Jugendmedienschutzes weiterzuführen. Die sogenannte *Nationale Plattform Jugend und Medien* des Bundesamts für Sozialversicherungen (BSV) umfasst erzieherische Massnahmen (nachfolgend «Jugend und Medien»). Mit diesen Massnahmen wird das übergeordnete Ziel angestrebt, den Kinder- und Jugendmedienschutz in der Schweiz zu verbessern und die Medienkompetenzen zu fördern. Parallel dazu koordiniert das BSV Aktivitäten im Bereich des regulierenden Jugendmedienschutzes.

Die für Jugend und Medien definierten direkten Adressaten der Massnahmen sind folgende:

- *Bezugspersonen* mit direktem Kontakt zu Kindern und Jugendlichen als primäre Zielgruppe. Damit sind in erster Linie Eltern/Erziehungsberechtigte, Grosseltern, Lehrpersonen und weitere professionell Tätige mit Direktbezug zu Kindern und Jugendlichen (Jugendarbeiter/-innen, Sozialpädagogen/-innen, Betreuer/-innen in Kitas, Sozialberater/-innen usw.) gemeint.
- *Multiplikatoren/-innen*, die ihrerseits häufig die vorgängig erwähnten Bezugspersonen als Zielgruppe haben. Multiplikatoren/-innen sind in erster Linie Mitarbeitende von kantonalen Verwaltungen (oder von Institutionen, die im Auftrag eines Kantons tätig sind), Vertreter/-innen von Fachorganisationen im Nonprofit-Bereich (z.B. eines Verbandes, einer Stiftung) oder einer kommunalen Verwaltung, Vertreter/-innen eines Unternehmens oder eines Branchenverbands (gewinnorientierter Bereich), Akteure von Hochschulen/aus der Forschung/Wissenschaft, Vertreter/-innen von Medien, Mitarbeitende der Bundesverwaltung usw.

Letztlich sollen sämtliche Bemühungen von Jugend und Medien darauf abzielen, die Medienkompetenz der Bezugspersonen zu fördern, damit Kinder und Jugendliche in der Schweiz (Endzielgruppe) sicher und verantwortungsvoll mit digitalen Medien umgehen können. Diese langfristige Zielsetzung wird im Wirkungsmodell des BSV als *Vision* bezeichnet (vgl. Anhang DA 3). Kinder und Jugendliche sind jedoch nicht direkte Adressaten der Massnahmen von Jugend und Medien. Bei den Multiplikatoren/-innen soll erreicht werden, dass diese die aktuellen Entwicklungen und Beispiele guter Praxis kennen, Informationen an Bezugspersonen weiterverbreiten und wirksame Massnahmen zur Förderung von Medienkompetenzen entwickeln, die den Bedürfnissen der Praxis entsprechen und gut mit bestehenden Massnahmen koordiniert sind.

Das BSV wurde damit beauftragt, dem Bundesrat alle fünf Jahre über die Umsetzung der Massnahmen und die damit verbundenen Ergebnisse Bericht zu erstatten. Die Verantwortlichen des BSV haben daher Interface Politikstudien Forschung Beratung in Luzern und Lausanne mit der Evaluation der Aktivitäten im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes 2016–2020 (= Evaluationszeitraum) mandatiert. Die Evaluation wurde nach einer Laufzeit von rund vier Jahren durchgeführt und die Erhebungen fanden im Zeitraum von Oktober 2019 bis März 2020 statt.

Ab 2016 hat das BSV zusammen mit relevanten Bundesstellen, Kantonen, Städten und Gemeinden, der Wirtschaft sowie weiteren Akteuren im Jugendschutz Massnahmen in folgenden Handlungsfeldern umgesetzt:

- Information und Sensibilisierung
- Unterstützung der Stakeholder
- Wissensaufbau
- Koordination und Vernetzung

Im Evaluationszeitraum wurden beziehungsweise werden die folgenden sechs inhaltlichen Schwerpunktthemen bearbeitet:

1. Peer Education (v.a. bis 2015, 2016–2017 noch einzelne Abschlussarbeiten)
2. Sonder-/Heilpädagogik (v.a. bis 2015, 2016–2018 noch einzelne Abschlussarbeiten)
3. Extremismus und Radikalisierung (2017–2019)
4. Sexualität und Internet (2018 und 2019)
5. Datenschutz (2020 und 2021)
6. Hass im Netz (2020 und 2021)

Die Bearbeitung der beiden Schwerpunktthemen 1 und 2 fand hauptsächlich in der Phase des Programms (bis 2015) statt. Im Evaluationszeitraum fanden dazu nur noch einzelne Abschlussarbeiten statt. Diese beiden Themen standen deshalb nicht im Fokus der Evaluation. Fokussiert wurde auf die beiden Schwerpunktthemen 3 und 4. In den Schwerpunktthemen 5 und 6 wurden bisher noch keine Massnahmen umgesetzt; sie wurden erst im Frühling 2020 festgelegt.

1.2 Evaluationszweck, Gegenstand und Fragestellungen

Die Evaluation dient dem BSV als Grundlage für seine Berichterstattung gegenüber dem Bundesrat über den Stand der Umsetzung der Massnahmen. Die Ergebnisse der Evaluation dienen primär der Rechenschaftslegung. Aufgrund der Ergebnisse sollen jedoch auch Empfehlungen formuliert werden, wie die Strategie für die Umsetzung des erzieherischen Jugendmedienschutzes in den Jahren 2021–2025 ausgestaltet werden soll.

Die Evaluation hat die Untersuchung von folgenden Gegenständen zum Ziel: Es soll erstens die Konzeption des erzieherischen Jugendmedienschutzes hinsichtlich ihrer Relevanz und Kohärenz beurteilt werden. Zweitens soll untersucht werden, inwiefern einzelne Elemente der Umsetzung zweckmässig sind. Drittens sind die Nutzung und die Angemessenheit der Leistungen und die Bedürfnisse der Adressaten hinsichtlich der Leistungen zu erheben. Viertens soll die Angemessenheit der zur Verfügung stehenden Ressourcen, die Zielgerichtetheit des Ressourceneinsatzes und die Effektivität erbrachter Leistungen angesichts der eingesetzten Ressourcen beurteilt werden. Fünftens sind die Wirkungen der erbrachten Leistungen bei den Adressaten und Zielgruppen und deren Beitrag zu den langfristigen Zielen (Vision) zu erheben und sechstens sollen Empfehlungen für die Ausgestaltung der Strategie zur Umsetzung des erzieherischen Jugendmedienschutzes 2021–2025 zuhanden des BSV formuliert werden.

Zu den Evaluationsgegenständen wurden Fragestellungen formuliert, die im vorliegenden Evaluationsbericht einzeln beantwortet werden:

D 1.1: Fragestellungen zu den Evaluationsgegenständen

Konzeption und Umsetzung	
Relevanz	F1: Inwiefern werden die durch die Massnahmen anvisierten Ziele von den involvierten Akteuren geteilt und als relevant erachtet?
	F2: Werden die richtigen Adressaten und Zielgruppen angesprochen, um die angestrebten Wirkungen zu entfalten?
Zweckmässigkeit	F3: Inwieweit sind die Funktionen der eingerichteten Gefässe (Kerngruppe, Themenspezifische Arbeitsgruppen) sowie die Rollen und Zuständigkeiten der involvierten Akteure aus Sicht der interviewten Experten/-innen klar definiert und funktional?
	F4: Ist die Kommunikation des BSV mit den Umsetzungsakteuren (Kerngruppe und themenspezifische Arbeitsgruppen) aus Sicht der interviewten Experten/-innen zweckmässig?
Kohärenz	F5: Sind Ziele, Adressaten und Zielgruppen, Organisationen, Mittel und Massnahmen konkret definiert und in sich stimmig, um die angestrebten Wirkungen zu entfalten (Kohärenz)?
Leistungen (Output) und deren Wirkungen (Outcome)	
Angemessenheit der Leistungen	F6: Welche Leistungen werden in den vier Handlungsfeldern in welchem Umfang zuhanden welcher Adressaten erbracht?
	F7: Inwiefern werden die Leistungen in den vier Handlungsfeldern von den Adressaten genutzt?
	F8: Inwiefern werden die Leistungen in den vier Handlungsfeldern von den Adressaten und Umsetzungsakteuren als nützlich und ausreichend erachtet?
	F9: Gibt es Bedürfnisse von Seiten der Adressaten und Umsetzungsakteure, die nicht abgedeckt werden? Was wünschen sie sich für die Zukunft?
Leistungs- und wirkungsbezogene Effizienz	F10: Waren die Ressourcen angesichts der geplanten Leistungen angemessen?
	F11: Wurden die Ressourcen zielgerichtet und effizient eingesetzt?
	F12: Als wie effektiv sind die erbrachten Leistungen angesichts der eingesetzten Ressourcen zu beurteilen?
Effektivität der Leistungen (Wirkungen auf Einstellung, Wissen und Verhalten)	F13: Inwiefern können mit den umgesetzten Leistungen die anvisierten Wirkungen bei den Adressaten erreicht werden?
	F14: Inwieweit konnten insgesamt wichtige Akteure mobilisiert und dabei unterstützt werden, eine aktivere Rolle bei der Förderung von Medienkompetenzen einzunehmen? Welche waren diesbezüglich deren konkrete Aktivitäten?
Impact: Beitrag der Jugendschutzmassnahmen im Hinblick auf die Visionen	
Wirksamkeit	F15: Welche langfristigen Wirkungen im Sinne der Konzeption haben die Adressaten und relevante Umsetzungsakteure festgestellt, insbesondere bei der Endzielgruppe der Kinder und Jugendlichen?
Gesamtbeurteilung, Schlussfolgerungen und Empfehlungen	
Stärken/Schwächen	F16: Wie sind die Stärken/Schwächen der Konzeption, Umsetzung und der Leistungen respektive die Möglichkeiten/Grenzen der Massnahmen im erzieherischen Jugendmedienschutz insgesamt zu beurteilen?
Folgerungen und Empfehlungen	F17: Welche Schlussfolgerungen und Empfehlungen können im Hinblick auf die Strategie für die Umsetzung des erzieherischen Jugendmedienschutzes in den Jahren 2021–2025 formuliert werden?

1.3 Methodisches Vorgehen

Die Untersuchungen wurden im Zeitraum Oktober 2019 bis März 2020 durchgeführt. In diesem Abschnitt werden die eingesetzten Methoden dargelegt.

1.3.1 Daten- und Dokumentenanalyse

Die Evaluation startete mit einer Analyse von Dokumenten, die das BSV zur Verfügung gestellt hatte. Diese Dokumente lieferten Erkenntnisse zu Konzept, Umsetzung und den Leistungen und dienten der Konzeption des Interviewleitfadens und des Fragebogens. Anschliessend wurde eine Datenanalyse durchgeführt. Für die Datenanalyse erstellte Interface Raster, in welchen relevante Kennzahlen zum Output und zu den Ressourcen erfasst werden sollten. Das BSV füllte diese Raster aus und übergab die Daten an Interface.

1.3.2 Exploratives Gespräch und Experteninterviews

Es wurde zunächst ein exploratives Gespräch mit den Verantwortlichen des BSV geführt. Dieses Gespräch diente dem Evaluationsteam vor allem dazu, den Evaluationsgegenstand besser kennenzulernen und Fragen, zum Beispiel zu den Schwerpunktthemen oder den Massnahmen im Rahmen von Jugend und Medien, zu klären.

Anschliessend führte Interface 15 telefonische Interviews mit Vertretenden der folgenden Akteurgruppen beziehungsweise Bereiche durch: Kerngruppe Jugend und Medien, Arbeitsgruppen zu den Schwerpunktthemen, Kantone und interkantonale Akteure, Akteure aus dem Bereich soziokulturelle Animation beziehungsweise Offene Kinder- und Jugendarbeit, Elternbildung und Volksschule. Bei der Auswahl der Personen wurde darauf geachtet, dass die verschiedenen Akteurgruppen sowie die drei Sprachregionen angemessen vertreten waren. Eine Liste der Interviewpartner/-innen findet sich im Anhang A 1.

In den Interviews wurden die Evaluationsfragen besprochen und Aspekte wie die zukünftige Schwerpunktsetzung von Jugend und Medien oder Verbesserungspotenziale thematisiert. Wir haben bei den Interviews festgestellt, dass es für die Interviewpartner/-innen oft anspruchsvoll war, in ihren Beurteilungen zwischen dem regulierenden und dem erzieherischen Jugendmedienschutz zu unterscheiden, weshalb wir sie immer wieder auf die Unterscheidung hingewiesen haben.

1.3.3 Online-Befragung

Zwischen dem 8. und dem 24. Januar 2020 führte Interface eine Online-Befragung bei Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen¹ als direkte Adressaten von Jugend und Medien durch.

Interface konzipierte und programmierte den entsprechenden Fragebogen, das BSV verschickte die Einladung zur Teilnahme an der Befragung anschliessend an 3'702 E-Mail-Adressen (Abonnenten/-innen des Newsletters von Jugend und Medien, Mitglieder von Arbeitsgruppen und Teilnehmende von Veranstaltungen), schaltete den Link zur Befragung zusätzlich auf der Webseite von Jugend und Medien auf und verbreitete ihn über die eigenen Social-Media-Kanäle. Die Grundgesamtheit kann aufgrund der genannten möglichen Zugänge (Einladung durch E-Mail-Versand und öffentlich zugänglicher Link zur Befragung) nicht genau festgestellt werden. Sicher ist, dass 765 Personen (d.h. max. 21% der Grundgesamtheit) die Befragung entweder vollständig (600 Personen, 78%) ausfüllten oder zumindest die ersten vier Fragen (165 Personen, 22%) beantworteten. Nachfolgend bezeichnen wir die 3'702 direkt angeschriebenen Personen als Grundgesamtheit. Darstellung D 1.2 zeigt die Grundgesamtheit und die Anzahl der gültigen Antworten sowie – daraus berechnet – den Rücklauf der Online-Befragung auf.

¹ Zur Definition der beiden Gruppen siehe Darstellung D 1.4.

D 1.2: Grundgesamtheit und Rücklauf

	<i>Grundgesamtheit (Anzahl versandte E-Mails)</i>	<i>Antworten (Stichprobe)</i>	<i>Rücklauf (%)</i>
Total	3'702	765	21%*

Legende: * = maximaler Rücklauf.

Quelle: Darstellung Interface.

Die folgende Darstellung D 1.3 illustriert einige wichtige Merkmale dieser Stichprobe (Teilnehmende an der Befragung).

D 1.3: Beschreibung der Stichprobe

	<i>Anzahl Teilnehmende</i>	<i>Anteil an der Stichprobe (%)</i>
Bezugspersonen	403	53%
Multiplikatoren/-innen	362	47%
In allen Sprachregionen tätig	35	5%
In deutschsprachiger Schweiz tätig	603	79%
In französischsprachiger Schweiz tätig	124	16%
In italienischsprachiger Schweiz tätig	35	5%
In der rätoromanischen Schweiz tätig	8	1%

Legende: Bei der Frage zur Sprachregion waren Mehrfachantworten möglich, deshalb liegt die addierte Prozentzahl aller Antwortmöglichkeiten über 100 Prozent.

Quelle: Darstellung Interface.

Der Anteil der Teilnehmenden aus der deutschsprachigen Schweiz ist im Vergleich zur Bevölkerungszahl unverhältnismässig hoch. Diese Anteile entsprechen jedoch gemäss Angaben des BSV denjenigen der Newsletter-Abonnenten/-innen. Es kann ausserdem festgestellt werden, dass bei der aktuellen Befragung anteilmässig mehr Personen, die in der französischsprachigen und der italienischsprachigen Schweiz tätig sind, mitgemacht haben, als dies bei der Online-Befragung für die Schlussevaluation des nationalen Programms Jugendmedienschutz und Medienkompetenzen vom August 2014 der Fall war.² So sind bei der aktuellen Befragung 79 Prozent der Teilnehmenden in der deutschsprachigen Schweiz tätig (2014: 87%), 16 Prozent in der französischsprachigen Schweiz (2014: 11%) und 5 Prozent in der italienischsprachigen Schweiz (2014: 2%).

Die Stichprobe verteilt sich beinahe hälftig auf Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen. Gegenüber der Online-Befragung vom August 2014 ist der Anteil der an der Befragung teilnehmenden Multiplikatoren/-innen im Verhältnis zu den Bezugspersonen jedoch gestiegen (2014: Anteil Bezugspersonen: 65%, Anteil Multiplikatoren/-innen: 35%).

In der nachfolgenden Darstellung D 1.4 wird aufgezeigt, nach welchen Arten von Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen in der Befragung unterschieden wurde und wie viele Personen jeweils pro Kategorie an der Befragung teilgenommen haben. Dazu muss festgehalten werden, dass jeweils nur eine Antwort ausgewählt

² La Mantia, Alexandra; Spörri, Marc; Dietrich, Flurina; Balthasar, Andreas (2015): Schlussevaluation des nationalen Programms Jugendmedienschutz und Medienkompetenzen. Bericht zuhanden des Bundesamts für Sozialversicherungen (BSV), Luzern.

werden konnte. Bei den Bezugspersonen lautete die Frage: «Welche Rolle trifft am ehesten auf Sie zu?», bei den Multiplikatoren/-innen wurde gefragt, in welcher Funktion sie am aktivsten sind.

D 1.4: Details Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen		
<i>Bezugspersonen (n = 403)</i>	<i>Anzahl Teilnehmende</i>	<i>Anteil an Bezugspersonen (%)</i>
Eltern/Erziehungsberechtigte	106	26%
Lehrpersonen	99	25%
Weitere professionell Tätige mit Direktbezug zu Kindern und Jugendlichen: Jugendarbeiter/-innen, Sozialpädagogen/-innen, Betreuer/-innen, Berater/-innen usw.	155	39%
Andere	42	10%
<i>Multiplikatoren/-innen (n = 362)</i>	<i>Anzahl Teilnehmende</i>	<i>Anteil an Multiplikatoren/-innen (%)</i>
Vertreter/-innen einer Fachorganisation im Nonprofit-Bereich, eines Verbandes, einer Stiftung oder einer kommunalen Verwaltung	143	39%
Mitarbeiter/-innen einer kantonalen Verwaltung (oder einer hauptsächlich im Auftrag eines Kantons tätigen Institution)	135	37%
Kantonale Ansprechpersonen Jugendmedienschutz	18	5%
Mitarbeiter/-innen Bundesverwaltung	17	5%
Vertreter/-innen eines Unternehmens oder eines Branchenverbands (gewinnorientierter Bereich)	10	3%
Andere (Medien, Politik, usw.)	39	11%
Quelle: Darstellung Interface.		

Bei den *Bezugspersonen* sind Eltern/Erziehungsberechtigte und Lehrpersonen ungefähr gleich häufig in der Stichprobe vertreten, während Personen, die sich der Kategorie «Weitere professionell Tätige mit Direktbezug zu Kindern und Jugendlichen» zuordnen, stärker vertreten sind. Unter «Andere» wurden Funktionen wie Schulleiter/-in, (Schul-)Arzt/Ärztin und Bibliothekar/-in mehrmals genannt. Gegenüber der Online-Befragung im August 2014 lässt sich feststellen, dass bei der aktuellen Befragung anteilmässig etwas mehr Lehrpersonen mitmachten (25%, 2014 waren es 22%), hingegen machten diesmal weniger von den weiteren professionell Tätigen mit Direktbezug zu Kindern und Jugendlichen mit (39%, 2014: 47%). Es nahmen diesmal auch etwas weniger Eltern/Erziehungsberechtigte teil (26%, 2014: 32%).³

Bei den *Multiplikatoren/-innen* sind fast 80 Prozent der Befragungsteilnehmenden entweder Vertretende einer Fachorganisation oder gehören einer kantonalen Verwaltung an. Diese beiden Gruppen sind fast gleich gross. Die anderen Arten von Multiplikatoren/-innen kommen in der Stichprobe deutlich seltener vor. Die teilnehmenden Multiplikatoren/-innen haben in der Befragung auch angegeben, in welchem Themenbereich sie hauptsächlich tätig sind (n = 359. Es waren Mehrfachantworten möglich). Am häufigsten wurde der Themenbereich «Schule» angegeben (46,5%). «Familie» und «Freizeitgestaltung von Kindern und Jugendlichen» wurde je von rund 22 Prozent der Antwortenden angekreuzt. In «Sozial- oder heilpädagogischen Einrichtungen» wurde von 11 Prozent der Befragten angegeben.

³ In der Online-Befragung von 2014 bestand die Kategorie «Andere» bei den Bezugspersonen nicht.

gen für Kinder und Jugendliche» sind knapp 16 Prozent beschäftigt und rund 12 Prozent sind im Bereich der «Familienergänzenden oder schulergänzenden Betreuung» tätig. Die Kategorie «Anderes» wurde von 43,5 Prozent der Antwortenden gewählt.

Gegenüber der Online-Befragung vom August 2014 ist ersichtlich, dass bei der aktuellen Befragung mehr Mitarbeiter/-innen einer kantonalen Verwaltung (37%, 2014: 30,5%) sowie von der Kategorie NPO/Verband/Stiftung/kommunale Verwaltung mehr Personen (39%, 2014: 36%) teilgenommen haben. Der Anteil der antwortenden kantonalen Ansprechpersonen Jugendmedienschutz ist gleich hoch geblieben und der von Vertretern/-innen eines Unternehmens oder eines Branchenverbands ist leicht gesunken (3%, 2014: 7,5%). Aus der Kategorie «Andere» haben etwas mehr Multiplikatoren/-innen teilgenommen (11%, 2014: 9%), wobei anzufügen ist, dass bei der aktuellen Befragung die Kategorie Forschung/Wissenschaft/Hochschulen nicht zur Auswahl stand (2014: fast 12%).⁴

1.3.4 Validierung

Die Evaluationsergebnisse und die Empfehlungen wurden im Mai 2020 an sechs ausgewählte Mitglieder der Kerngruppe, an die interviewten Experten/-innen und an weitere Akteure zugestellt (insg. 29 Personen). Aufgrund der Corona-Krise wurde auf die Durchführung eines Validierungsworkshops verzichtet. Die angeschriebenen Akteure hatten die Möglichkeit, eine schriftliche Rückmeldung zu den Empfehlungen zu geben. Bis zum Ablauf der Frist gingen 15 Rückmeldungen ein. Rückmeldungen, bei welchen es sich lediglich um eine Präzisierung der von uns formulierten Einschätzungen handelt, wurden direkt im Text angepasst. Weiterführende Kommentare zu den Empfehlungen sind im Anhang A 4 aufgeführt. Am 15. Juni 2020 wurden die Evaluationsergebnisse und die Empfehlungen anlässlich eines Workshops der Kerngruppe vorgestellt und diskutiert.

1.4 Aufbau des Berichts

In Kapitel 2 werden die Ergebnisse zu Konzeption und Umsetzung von Jugend und Medien dargelegt. Die Ergebnisse zu den erbrachten Leistungen werden in Kapitel 3 präsentiert. Kapitel 4 enthält die Ergebnisse zu den erzielten Wirkungen. In Kapitel 5 sind die Schlussfolgerungen sowie die Empfehlungen der Evaluation festgehalten.

In den einzelnen Kapiteln werden die Ergebnisse entlang der nummerierten Evaluationsfragestellungen (F1 bis F17) präsentiert. Die Ergebnisse sind jeweils nach der empirischen Quelle der Daten unterteilt.

⁴ In der Online-Befragung von 2014 wurden keine Mitarbeitende des Bundes angeschrieben.

2. Ergebnisse zu Konzeption und Umsetzung

In diesem Kapitel werden zunächst die Konzeption von Jugend und Medien und die zu untersuchenden Elemente der Umsetzung beschrieben (Abschnitt 2.1). Anschliessend wird die Beurteilung durch die Adressaten entlang der entsprechenden Evaluationsfragestellungen dargelegt (Abschnitt 2.2). Am Schluss des Kapitels findet sich ein Fazit des Evaluationsteams (Abschnitt 2.3).

2.1 Beschreibung der Konzeption und Umsetzung

Im Folgenden werden die Konzeption von Jugend und Medien sowie die Umsetzungsakteure und deren Aufgaben beschrieben.

2.1.1 Ziele

Mit Massnahmen im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes möchte das BSV dazu beizutragen, Bezugspersonen von Kindern und Jugendlichen (z.B. Eltern) und letztlich Kinder und Jugendliche zu befähigen, kompetent mit den Chancen und Risiken digitaler Medien umzugehen. Dieses übergeordnete Ziel wird durch folgende Stossrichtungen respektive die folgenden untergeordneten Zielsetzungen verfolgt:

- Medienkompetenzen von Bezugspersonen fördern, damit sie eine aktive Begleitfunktion wahrnehmen können.
- Aktionen von Akteuren (Dach- oder Branchenverbände, nationale oder überregionale Anbieter) unterstützen und verstärken.
- Forschung unterstützen und Wissensstand erweitern.
- Vernetzung gewährleisten (z.B. Netzwerktreffen oder Fachforen organisieren).

Zur Erreichung dieser Ziele werden Massnahmen für Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen in vier Handlungsfeldern umgesetzt und inhaltliche Schwerpunktthemen gewählt (vgl. auch Abschnitt 1.1).

2.1.2 Umsetzungsakteure und deren Aufgaben

In der Programmphase 2011 bis 2015 gab es eine breit zusammengesetzte Begleitgruppe, die auch Akteure wie NGOs, Bildungsanbieter und Verbände umfasste. Auf strategischer Ebene gab es damals eine Steuergruppe (Bund, Branchen und Kantone). Diese Steuergruppe wurde nach Abschluss des Programms aufgelöst.

Seit 2016 übernimmt die sogenannte Kerngruppe die strategische Funktion. In der Kerngruppe sind der Bund, die Kantone, Städte und Gemeinden vertreten. Sie ist für den erzieherischen und regulierenden Jugendmedienschutz zuständig. Es wurde zusätzlich eine Gruppe eingesetzt, welche die Arbeiten zum Bundesgesetz (Regulierung) begleitete. Dort haben einzelne Personen mitgearbeitet, die auch in der Kerngruppe sind. Die Kerngruppe trifft sich in der Regel halbjährlich. Im Evaluationszeitraum fanden sieben Treffen der Kerngruppe statt.

Beim BSV sind drei Personen mit 1,6 Vollzeitstellen für die Durchführung der Massnahmen im Rahmen von Jugend und Medien verantwortlich.

2.2 Beurteilung der Konzeption und Umsetzung

In diesem Abschnitt wird zuerst dargelegt, wie die Teilnehmenden der Online-Befragung und der Interviews die Relevanz der gewählten Ziele und Schwerpunktthemen beurteilen (Abschnitt 2.2.1). Anschliessend werden in Abschnitt 2.2.2 die Ergebnisse aus den Interviews zur Beurteilung der Zweckmässigkeit der Umsetzung (Rollen, Zuständigkeiten und Kommunikation) aufgeführt.

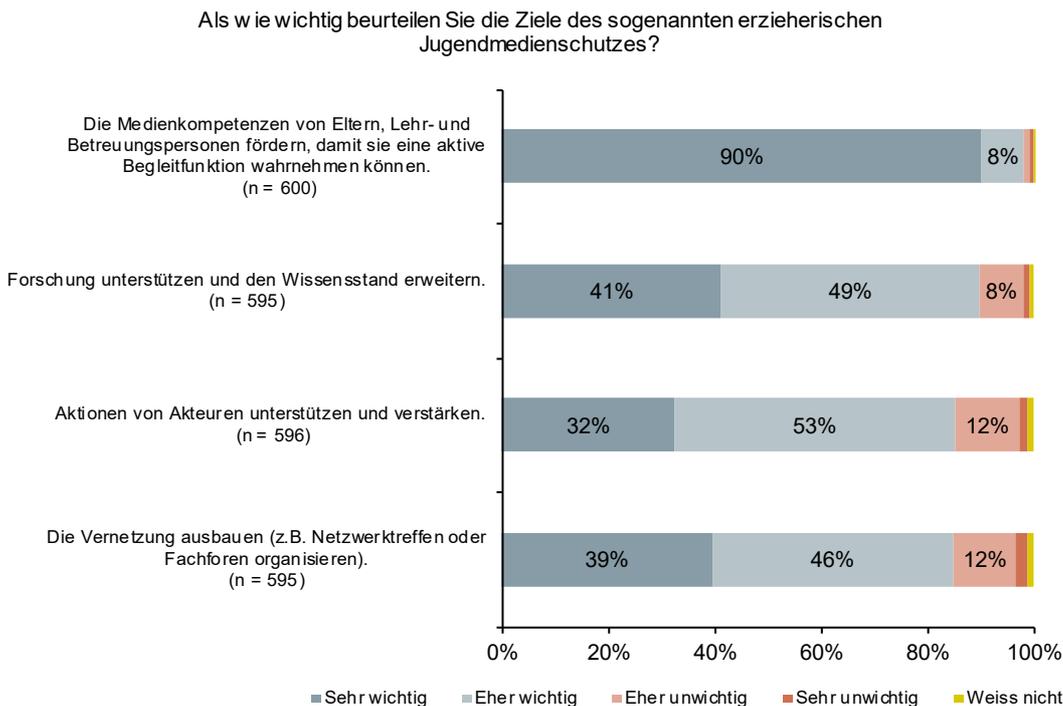
2.2.1 Beurteilung der Ziele

F1: Inwiefern werden die durch die Massnahmen anvisierten Ziele von den involvierten Akteuren geteilt und als relevant erachtet?

Ergebnisse aus der Online-Befragung

Die folgende Darstellung verdeutlicht die Beurteilung der Ziele durch die Teilnehmenden der Online-Befragung.

D 2.1: Beurteilung der Ziele von Jugend und Medien



Legende: Die Ziele wurden absteigend nach der Summe der Anteile der «Sehr wichtig»- und «Eher wichtig»-Antworten geordnet. Werte unter 5 Prozent sind nicht beschriftet.

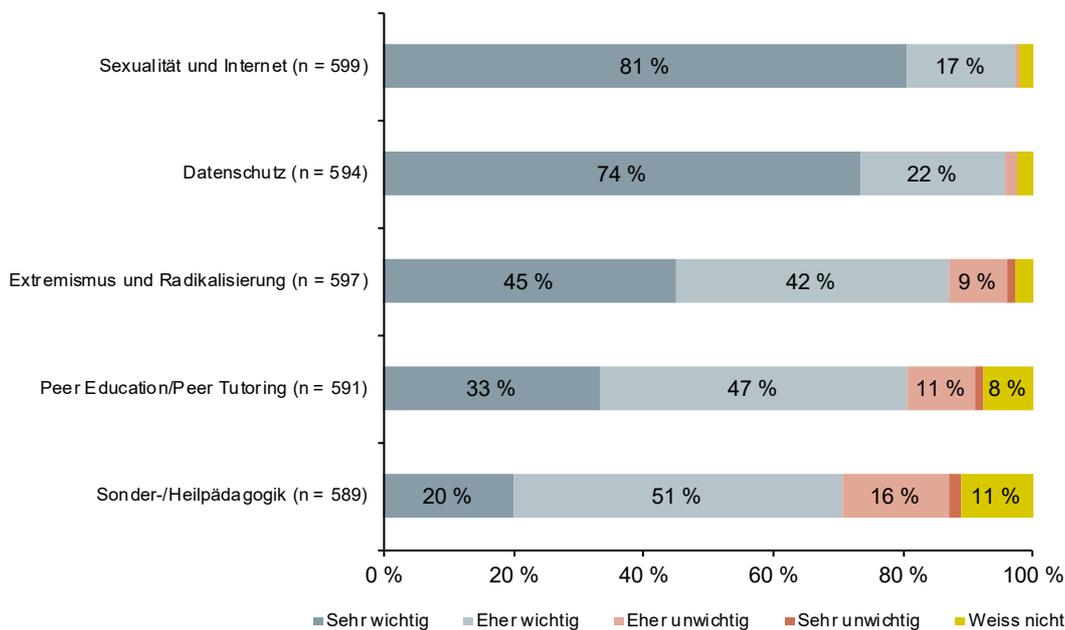
Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Diese Darstellung macht deutlich, dass die Förderung der Medienkompetenzen von Bezugs- und Betreuungspersonen klar als das wichtigste Ziel von Jugend und Medien beurteilt wird. 90 Prozent der Befragten finden dieses Ziel sehr wichtig. Auch bei den anderen Zielen sind die Anteile derjenigen Personen, die diese Ziele sehr wichtig oder eher wichtig finden, hoch. Sie liegen für alle Ziele zwischen 85 und 90 Prozent. Die beiden Ziele mit den höchsten Anteilen von Personen, die diese Ziele eher unwichtig finden, sind die Unterstützung von Aktionen von Akteuren und der Ausbau der Vernetzung. Die Einschätzungen der Bezugspersonen decken sich mehrheitlich mit jenen der Multiplikatoren/-innen, ausser dass ein höherer Anteil an Multiplikatoren/-innen den Ausbau der Vernetzung als sehr wichtig erachtet (45%, im Vergleich zu 32% bei den Bezugspersonen).

Auch die Wahl der Schwerpunktthemen im Evaluationszeitraum wurde von den Befragten beurteilt. Die folgende Darstellung illustriert die Ergebnisse.

D 2.2: Beurteilung der Wahl der Schwerpunktthemen

Als wie wichtig beurteilen Sie die seit 2016 gewählten Schwerpunktthemen von Jugend und Medien?



Legende: Die Ziele wurden absteigend nach der Summe der Anteile der «Sehr wichtig»- und «Eher wichtig»-Antworten geordnet. Werte unter 5 Prozent sind nicht beschriftet.

Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Die Darstellung zeigt, dass die Schwerpunktthemen von den Befragungsteilnehmenden generell als wichtig angesehen werden (die Zustimmung liegt bei mindestens 71%). «Sexualität und Internet» wird von den Teilnehmenden an der Online-Befragung als wichtigstes Schwerpunktthema beurteilt: über 80 Prozent finden dieses Thema sehr wichtig. Das Schwerpunktthema «Datenschutz» findet eine fast ebenso hohe Zustimmung, obwohl die entsprechenden Massnahmen erst im Frühling 2020 beschlossen wurden und deren Umsetzung noch nicht begonnen hat. Dies zeigt, dass das BSV mit der Festlegung dieses Schwerpunktthemas richtigliegt. Das Schwerpunktthema «Sonder-/Heilpädagogik» wird vom grössten Anteil von Personen als eher unwichtig eingestuft.

Es bestehen bei der Frage nach den Schwerpunktthemen keine wesentlichen Unterschiede zwischen Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen. Dazu muss man allerdings festhalten, dass die Arbeiten in diesem Schwerpunkt im Evaluationszeitraum bereits weitgehend abgeschlossen waren. Ausserdem muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden, dass es sich bei den Schwerpunkten um Themen handelt, die unterschiedlich viele Akteure betreffen. Beispielsweise kann angenommen werden, dass die Schwerpunktthemen «Sexualität und Internet» oder «Datenschutz» für die Tätigkeit nahezu aller Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen relevant ist, während weniger Akteure in der «Sonder- und Heilpädagogik» tätig sind. Im Sinne eines Ausblicks wurde in der Online-Befragung auch erhoben, in welchen Bereichen der Bund im erzieherischen Jugendmedienschutz in Zukunft aktiv sein soll. Nachfolgend werden die am häufigsten genannten Themen aufgeführt. Die Themen werden absteigend nach der Anzahl Nennungen geordnet.

- Datenschutz
- Gaming und Spielsucht
- Cybermobbing
- Fake News
- Selbstdarstellung im Internet

Die Tatsache, dass das bereits gesetzte Schwerpunktthema «Datenschutz» hier noch einmal am häufigsten genannt wird, bestätigt die bereits festgehaltene Beobachtung, wonach die Wahl dieses Themas richtig war.

| Ergebnisse aus den Experteninterviews

Die Ziele von Jugend und Medien werden von den interviewten Expertinnen und Experten als richtig und angemessen beurteilt. Verschiedene Interviewpartner/-innen halten einzelne Stossrichtungen für besonders wichtig respektive weniger wichtig. Insbesondere die Vernetzung wird als wichtige Stossrichtung genannt, die vom BSV zudem gut umgesetzt wird. Hier decken sich die Ergebnisse der qualitativen Erhebung nicht mit denjenigen der Online-Befragung (vgl. Darstellung D 2.1). Eine Person vertritt die Meinung, die Unterstützung von Akteuren im Rahmen von Jugend und Medien habe nicht erste Priorität, weil diese Akteure die Unterstützung nicht unbedingt nötig hätten. Eine interviewte Person stellt die Frage, wie die Zielsetzungen von Jugend und Medien in die schulische Bildung einfließen und ob und wie die Schnittstellen zu den Kantonen diesbezüglich gewährleistet sind.

Die interviewten Expertinnen und Experten sind fast einstimmig der Meinung, die gewählten thematischen Schwerpunkte für die untersuchte Periode (d.h. «Sexualität und Internet», «Extremismus und Radikalisierung») seien richtig, relevant und aktuell. Eine Person weist darauf hin, dass man die Gesamtstrategie bei der Bearbeitung der einzelnen Themen nicht aus den Augen verlieren dürfe. Eine Person stellt jedoch die Sinnhaftigkeit von Schwerpunktthemen grundsätzlich infrage. Statt sich auf Themen wie Extremismus und Radikalisierung zu fokussieren, die einen sehr kleinen Teil der Gemeinden überhaupt betreffen, sollte die Förderung der Medienkompetenzen, insbesondere bei Bezugspersonen, generell stärker bearbeitet werden.

Eine weitere interviewte Person ist der Ansicht, dass die Zielsetzung der Medienkompetenzbildung nicht ausreichend sei. Kinder und Jugendliche würden vermehrt auch eine Stärkung der medienbezogenen Selbst- und Sozialkompetenzen benötigen, beispielsweise indem sie lernen, wie sie sich inhaltlich und «physisch» vom Gerät abgrenzen können. Themen im Bereich der Selbst- und Sozialkompetenzen wurden zwar im Lehrplan 21 aufgeführt, es müsse jedoch noch vieles erarbeitet werden (z.B. Umsetzungshilfen und evtl. neue methodische Herangehensweisen).

Auch in den Interviews wurden zukünftige Schwerpunktthemen erfragt. Folgende Themen wurden genannt:

- Identität
- Psychische Gesundheit
- Fake News und Manipulation
- Datenschutz
- Games und Gaming Disorder
- Diskriminierung und Hate Speech
- Künstliche Intelligenz
- Soziale Medien
- Mobbing
- Intensität Medienkonsum
- Digitale Kinderrechte

Es wurde dabei nicht geprüft, ob das BSV in diesen Bereichen bereits Aktivitäten umgesetzt hat oder solche plant. Es zeigt sich, dass die mehrfach genannten Themen den in der Online-Befragung genannten Themen weitgehend entsprechen.

Insbesondere im Schwerpunktthema «Datenschutz», welcher der aktuellste vom BSV festgelegte Schwerpunkt im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes ist, stellen verschiedene Interviewpartner/-innen einen grossen Bedarf fest. Dabei nennen sie die folgenden wichtigen Aspekte: Wie funktionieren die digitalen Medien? Wie gehen diese mit Daten um? Wie werden diese Daten gesammelt? Wie soll man selber mit Informationen umgehen (z.B. Fake News)? Die befragten Experten/-innen stellen fest, dass in diesem Bereich in der Bevölkerung noch sehr wenig Wissen vorhanden ist.

Obwohl in den Gesprächen immer wieder darauf hingewiesen wurde, dass die vorliegende Evaluation ausschliesslich den erzieherischen Jugendmedienschutz umfasst, haben die Experten/-innen häufig Themen angesprochen, die (auch) den regulatorischen Teil von Jugend und Medien betreffen. Im regulierenden Bereich bestehe viel Handlungsbedarf und es brauche länderübergreifende, also beispielsweise europäische Lösungen. Erzieherischer und regulatorischer Jugendmedienschutz liessen sich nicht immer streng trennen. Von den befragten Experten/-innen wird gefordert, dass die Schweiz sich auf europäischer Ebene stärker engagiert und im Jugendmedienschutz mutiger Stellung bezieht. Von mehreren Personen wird festgestellt, dass die Wirtschaft in der Regulierungsthematik viel Einfluss nehme und stärkere Regulierungen verhindern wolle, was sogar zu einer Art Entwicklungsstillstand in der Thematik führen könne. Heute beziehe sich die Regulierungsdiskussion vor allem auf den Verkauf von DVDs und auf Kino-Zutrittsregeln, womit sich die Kantone zurzeit stark beschäftigten. Dies sei jedoch der falsche Ansatz, denn die grössten Herausforderungen bestünden im Zusammenhang mit dem Internet (z.B. Computerspiele, Pornografie usw.).

Auch die Verantwortlichen des BSV stellten fest, dass die gewählten Schwerpunkte die richtigen sind beziehungsweise waren. Man habe dabei immer Lücken gesucht, die man gezielt füllen könne. So hat das BSV beispielsweise im Bereich Cybermobbing oder Online-Sucht nur wenige Aktivitäten umgesetzt, weil andere Akteure wie die Schulen oder das Bundesamt für Gesundheit (BAG) dort bereits aktiv gewesen seien. Die Zahl der Schwerpunkte, die gleichzeitig bearbeitet werden, wird vom BSV ebenfalls als angemessen beurteilt.

F2: Werden die richtigen Adressaten angesprochen, um die angestrebten Wirkungen zu entfalten?

I Ergebnisse aus den Experteninterviews

Die definierten Adressaten von Jugend und Medien (Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen) werden von allen Interviewten als richtig beurteilt. Eine Person sieht Ärzte/-innen als weitere potentielle Adressatengruppe, die von Jugend und Medien vermehrt angesprochen werden könnten. Eine Person ist der Meinung, dass bestehende Netzwerke respektive Multiplikatoren/-innen noch stärker adressiert, aber auch genutzt werden sollten. Als Beispiel wird die Offene Kinder- und Jugendarbeit genannt. So führe der Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz (DOJ) seit vielen Jahren eine Fachgruppe zu digitalen Medien und habe in diesem Rahmen auch Unterlagen entwickelt, die das BSV vermehrt nutzen könnte, statt eigene Produkte zu entwickeln oder auf Produkte aus dem Ausland zu verweisen (siehe dazu auch Abschnitt 3.4.2).

2.2.2 Beurteilung der Umsetzung

F3: Inwieweit sind die Funktionen der eingerichteten Gefässe (Kerngruppe, themenspezifische Arbeitsgruppen) sowie die Rollen und Zuständigkeiten der involvierten Akteure aus Sicht der interviewten Experten/-innen klar definiert und funktional?

Die Ebene der Umsetzung wurde in der Online-Befragung nicht thematisiert. In den Interviews mit Expertinnen und Experten wurden jedoch Fragen zur Umsetzung (Rollen, Zuständigkeiten, Kommunikation des BSV) gestellt. Im Folgenden finden sich die Ergebnisse dieser Interviews sowie des explorativen Gesprächs mit den Vertretenden des BSV.

Die Nachvollziehbarkeit der Rollen und Zuständigkeiten wird von den Interviewpartnern/-innen unterschiedlich beurteilt. Einigen sind die verschiedenen Gremien und Gefässe bekannt, andere stellen fest, dass sie einzelne Gremien und Gefässe nicht kennen oder nicht wissen, was deren spezifische Funktionen sind. Mehrere

Personen kennen die Kerngruppe nicht. Diejenigen Personen, welche die verschiedenen Gremien und Gefässe kennen, sind der Meinung, diese seien richtig zusammengesetzt. In Bezug auf die Kerngruppe wurde von einzelnen Gesprächsteilnehmenden positiv beurteilt, dass die Wirtschaft seit Abschluss des Programms im Jahr 2015 nicht mehr vertreten ist. Dies sei der richtige Schritt gewesen.

Vertretende von Bundesstellen begrüssen es, in der strategisch tätigen Kerngruppe vertreten zu sein. So kann eine gute Koordination mit andern Strategien und der gegenseitige Informationsaustausch gefördert werden, beispielsweise mit der gesamtheitlichen *Strategie Digitale Schweiz*.⁵

Ein interviewtes Mitglied der Kerngruppe fragt sich, ob die Kerngruppe tatsächlich die strategische Funktion hat, welche ihr ursprünglich zugeordnet wurde. Die Person hat den Eindruck, dass es sich eher um eine Art Begleitgruppe handelt.

Die Verantwortlichen beim BSV könnten sich vorstellen, in Zukunft vermehrt Fachexperten/-innen in die Kerngruppe einzubeziehen. Die Rollen dieser Personen in der Kerngruppe müssten dann aber auf jeden Fall klar definiert sein.

Die Zusammensetzung der themenspezifischen Arbeitsgruppen (z.B. Think Tank Sexualität und Internet, Expertengruppe Extremismus und Radikalisierung) wird von denjenigen Interviewpartnern/-innen, die Teil einer solchen Arbeitsgruppe waren oder sind, nicht kritisiert. Explizit gelobt werden die Produkte, die bisher aus der Zusammenarbeit in diesen Gruppen hervorgegangen sind.

F4: Ist die Kommunikation des BSV mit den Umsetzungsakteuren (Kerngruppe und themenspezifische Arbeitsgruppen) aus Sicht der interviewten Experten/-innen zweckmässig?

I Ergebnisse aus den Experteninterviews

Die Zusammenarbeit zwischen BSV und Kerngruppe wird sowohl von den interviewten Mitgliedern der Kerngruppe als auch von den Verantwortlichen beim BSV sehr positiv wahrgenommen. Speziell heben die Interviewten die gute Vorbereitung von Sitzungen sowie die umfassende Information und Dokumentation durch das BSV hervor.

Die Kommunikation des BSV mit den Adressaten wird auch von allen anderen Interviewpartnern/-innen, bei denen eine solche Kommunikation stattfand, gelobt. Man sei umfassend und termingerecht informiert worden und die Arbeitsweise der zuständigen Personen beim BSV sei sehr professionell.

F5: Sind Ziele, Adressaten und Zielgruppen, Organisationen, Mittel und Massnahmen konkret definiert und in sich stimmig, um die angestrebten Wirkungen zu entfalten (Kohärenz)?

Die Kohärenz beim Konzept von Jugend und Medien lässt sich bestätigen. Dies kann aus den Ergebnissen zur Beantwortung der Fragestellungen 1 und 2 sowie aus den später aufgeführten Ergebnissen zu den Leistungen (Kapitel 3) abgeleitet werden. Diese zeigen, dass die gewählten Ziele, die Adressaten und Zielgruppen, die Organisationen, Mittel und Massnahmen aus Sicht der Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen konkret definiert und weitestgehend in sich stimmig sind, um die angestrebten Wirkungen zu entfalten. Die Erhebungen zeigen, dass die richtigen Adressaten und Zielgruppen und die richtigen Ziele und Schwerpunktthemen gewählt wurden.

2.3 Fazit des Evaluationsteams zu Konzeption und Umsetzung

In Bezug auf das *Konzept* hatte die Evaluation zu prüfen, inwiefern die durch die Massnahmen anvisierten Ziele von den involvierten Akteuren geteilt und als *relevant* erachtet werden. Die Evaluationsergebnisse zeigen, dass das Konzept als relevant beurteilt werden kann. Auch lässt sich aufgrund der Evaluationsergebnisse feststellen, dass die gewählten Ziele, Schwerpunktthemen, Adressaten und Zielgruppen sowie die Umsetzung

⁵ Vgl. <https://www.digitaldialog.swiss>.

aus Sicht der Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen gut aufeinander abgestimmt sind, um die angestrebten Wirkungen zu entfalten, und die Konzeption von Jugend und Medien somit auch als *kohärent* bezeichnet werden kann.

Zur *Umsetzung* wurde die Frage nach deren *Zweckmässigkeit* untersucht. Dies auf der Basis der Funktion der für Jugend und Medien eingerichteten Gefässe, den Rollen und Zuständigkeiten der Umsetzungsakteure und der Kommunikation des BSV mit der Kerngruppe sowie den eingesetzten Arbeitsgruppen. Die Ergebnisse der Evaluation weisen darauf hin, dass die Zusammensetzung der bestehenden Gefässe, die Rollen und Zuständigkeiten von den Beteiligten weitestgehend als zweckmässig befunden werden. Beispielsweise gibt es zur Kerngruppe keine negativen Rückmeldungen. Allerdings gibt es einige Interviewpartner/-innen, die die Kerngruppe nicht kennen oder nicht wissen, was deren Aufgabe ist. Die Arbeitsgruppen zu den Schwerpunktthemen und deren Aufgaben sind den meisten Interviewten bekannt. Deren Zusammensetzung wird nicht kritisiert. Bezüglich der Kommunikation des BSV lässt sich ein positives Fazit ziehen, wenn auch nicht alle Interviewten direkten Kontakte mit dem BSV hatten. Die Kommunikation zwischen dem BSV und der Kerngruppe wird von beiden Seiten positiv beurteilt.

3. Ergebnisse zu den Leistungen (Output)

In Kapitel 3 werden die Leistungen beschrieben und dargelegt, in welchem Umfang diese im Rahmen von Jugend und Medien erbracht und von den Adressaten genutzt werden. Das Kapitel ist entlang der vier Handlungsfelder strukturiert: Handlungsfeld 1 «Information und Sensibilisierung» (Abschnitt 3.1), Handlungsfeld 2 «Unterstützung der Stakeholder» (Abschnitt 3.2), Handlungsfeld 3 «Wissensaufbau» (Abschnitt 3.3) und Handlungsfeld 4 «Koordination und Vernetzung» (Abschnitt 3.4). Anschliessend wird auf den Ressourceneinsatz eingegangen (Abschnitt 3.5). Bei jedem dieser Abschnitte wird zuerst beschrieben, welche Leistungen im Evaluationszeitraum in welchem Umfang erbracht wurden. Als Quelle dafür dienen die Output-Daten, die uns vom BSV zur Verfügung gestellt wurden. Nach der Beschreibung der Leistungen folgt in jedem Abschnitt eine Beurteilung durch die befragten Personen. Das Kapitel schliesst mit einem Fazit des Evaluationsteams betreffend die Leistungen (Abschnitt 3.6).

3.1 Leistungen im Handlungsfeld 1 «Information und Sensibilisierung»

Primäres Ziel der Leistungen in diesem Handlungsfeld ist es, zu einer erhöhten Medienkompetenz von Bezugspersonen beizutragen.

3.1.1 Beschreibung der Leistungen

F6: Welche Leistungen werden im Handlungsfeld «Information und Sensibilisierung» in welchem Umfang zuhanden welcher Adressaten erbracht?

Das Handlungsfeld «Information und Sensibilisierung» umfasst eine Reihe von Massnahmen, die in diesem Abschnitt nacheinander aufgeführt werden.

Webseite

Das BSV betreibt die dreisprachige Webseite www.jugendundmedien.ch. Auf der Webseite können Inhalte themenspezifisch (z.B. Diskriminierung und Hate Speech, Online-Sucht), medienpezifisch (z.B. Internet, Smartphones, Games) oder nach Akteurguppen, die mit der Förderung der Medienkompetenz betraut sind (z.B. Eltern und Familie, Jugendarbeit), gesucht werden. Publikationen können auf der Webseite heruntergeladen werden. Die Webseite beinhaltet zusätzlich eine Datenbank «Beratung und Angebote», auf der Eltern, Lehr- und Betreuungspersonen Angebote rund um das Thema Jugend und Medien in der gesamten Schweiz finden. Solche Angebote sind zum Beispiel Schulungen, Beratungsstellen, Publikationen, Lehrmittel oder auch Freizeitangebote.

Die Webseite ist in zwei Bereiche aufgeteilt. Der allgemeine Bereich, der sich an die Zielgruppe der Bezugspersonen und die breite Öffentlichkeit richtet, ist in Gelb gehalten. Daneben gibt es einen blau hinterlegten Bereich für Fachpersonen und Experten/-innen, zu dem man über die Schaltfläche «Experten- und Fachwissen» gelangt. Dort finden sich Informationen zu den Schwerpunktthemen, es wird auf die Themen Politik und Recht sowie auf kantonale Strategien eingegangen und es gibt ein Verzeichnis mit Informationen zu den verschiedenen Gefässen. Zudem können Publikationen recherchiert, bestellt oder heruntergeladen werden.

Die Webseite wurde 2018 einem Relaunch unterzogen. Das Design und die Struktur wurden überarbeitet, neue Themen definiert und eine stärkere Fokussierung auf die Eltern als Zielgruppe vorgenommen.

Social Media

Das BSV ist unter [Jugend und Medien – Jeunes et médias](https://www.facebook.com/jugendundmedien) auf Facebook aktiv, betreibt die Twitter-Accounts «jugendundmedien» respektive «jeunesetmedias» sowie einen YouTube-Kanal.

Die Anzahl der auf Facebook geposteten Beiträge im Evaluationszeitraum konnte nicht ermittelt werden.

Vom deutschsprachigen Twitter-Account «jugendundmedien» wurden im Evaluationszeitraum insgesamt 2'666 Twitter-Nachrichten («Tweets») publiziert. Beim französischsprachigen Account «jeunesetmedias» waren es 4'664.

Broschüren und Flyer

Das BSV gibt im Rahmen von Jugend und Medien derzeit fünf Broschüren für verschiedene Zielgruppen heraus:

- Medienkompetenz – Tipps zum sicheren Umgang mit digitalen Medien
- Medienkompetenz im Schulalltag
- Förderung der Medienkompetenzen in Institutionen für Kinder und Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen
- Medienkompetenzen und Peer-Education/-Tutoring
- Narrative zur Prävention von Online-Radikalisierung⁶

Alle Broschüren sind auf Deutsch, Französisch und Italienisch erhältlich. Die Broschüre «Medienkompetenz – Tipps zum sicheren Umgang mit digitalen Medien» wurde im August 2019 komplett überarbeitet und neu publiziert. Die Broschüre «Medienkompetenz im Schulalltag» wird derzeit aktualisiert. Die Broschüren können entweder kostenlos als Printversion bestellt oder auf der Webseite im PDF-Format heruntergeladen werden.

Der Flyer «Die wichtigsten Tipps für den sicheren Umgang mit digitalen Medien» wird vom BSV in derzeit 16 Sprachen zur Verfügung gestellt. Auch der Flyer kann kostenlos als Printversion bestellt oder elektronisch heruntergeladen werden. Der Flyer ist derzeit in Überarbeitung. Neu wird es nicht mehr nur einen, sondern drei verschiedene Flyer für drei Altersgruppen geben, damit die Zielgruppen noch spezifischer angesprochen werden können. Auch diese Flyer sollen wieder in 16 Sprachen verfügbar sein.

Newsletter

Im Rahmen von Jugend und Medien publiziert das BSV einen Newsletter. Dieser enthält beispielsweise Informationen zu aktuellen Angeboten und Projekten, zu Neuigkeiten aus Forschung und Politik oder Hinweise auf Veranstaltungen. Der Newsletter erscheint in der Regel vier Mal jährlich und wird per E-Mail an die Abonnenten verschickt. Im Evaluationszeitraum wurden 16 Newsletter publiziert.

Input des BSV an Veranstaltungen von Dritten

Insgesamt nahmen Vertretende des BSV im Evaluationszeitraum an 52 Veranstaltungen Dritter im Zusammenhang mit Jugend und Medien teil. Bei 33 dieser Veranstaltungen war dies eine «aktive» Teilnahme, das heisst, die Vertretenden des BSV hielten Präsentationen, nahmen an Podiumsdiskussionen teil, betrieben einen Stand usw.

F7: Inwiefern werden die Leistungen im Handlungsfeld «Information und Sensibilisierung» von den Adressaten genutzt?

Webseite

Auf der Webseite von Jugend und Medien (www.jugendundmedien.ch) wurden im Evaluationszeitraum insgesamt 188'485 Sitzungen mit einer Dauer von über 60 Sekunden von Schweizer IP-Adressen verzeichnet. Von

⁶ Diese Broschüre wurde nach dem Evaluationszeitraum publiziert und war deshalb nicht Gegenstand der Erhebungen.

den Besuchern der Webseite waren rund 13 Prozent wiederkehrend. Die Absprungrate⁷ betrug rund 70 Prozent.

In der Online-Befragung geben 85 Prozent der Bezugspersonen (n = 403) und 87 Prozent der Multiplikatoren/-innen (n = 352) an, die Webseite mindestens einmal besucht zu haben.

Social Media

Ende 2015 hatte die Facebook-Seite von Jugend und Medien 1'272 Fans («Gefällt mir»). Im Evaluationszeitraum kamen 610 Fans dazu (total per 31.12.2019: 1'882). Das entspricht einer Wachstumsrate von fast 50 Prozent.

Auf Twitter folgten «jugendundmedien» am 31. Dezember 2019 insgesamt 2'384 Personen. Bei «jeunesetmedias» waren es 1'184.

Der YouTube-Kanal von Jugend und Medien hatte am Stichtag (31.12.2019) 565 Abonnenten. Er wurde im Evaluationszeitraum insgesamt 486'351 Mal aufgerufen.

Aus der Online-Befragung ergeben sich folgende Ergebnisse bezüglich der Nutzung von Jugend und Medien auf Social Media:

D 3.1: Nutzung von Jugend und Medien auf Social Media		
	<i>Bezugspersonen (n = 342)</i>	<i>Multiplikatoren/-innen (n = 314)</i>
Facebook	22%	26%
YouTube-Kanal	21%	28%
Twitter	4%	14%

Legende: Mehrfachantworten waren möglich. Die Prozentzahlen geben den Anteil der Personen wieder, die angeben, den entsprechenden Kanal mindestens einmal genutzt zu haben.

Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Die Ergebnisse der Online-Befragung deuten auf eine etwa gleich hohe Nutzung der Jugend und Medien-Auftritte auf Facebook und YouTube und auf eine weniger ausgeprägte Nutzung des Twitter-Kanals hin. Knapp ein Viertel der Teilnehmenden an der Befragung gibt an, Jugend und Medien auf Facebook und YouTube mindestens einmal aufgerufen zu haben. Allgemein zeigen sich bei den Multiplikatoren/-innen höhere Anteile als bei den Bezugspersonen. Am grössten ist der Unterschied bei Twitter. Dies könnte damit zusammenhängen, dass die Multiplikatoren/-innen in vielen Fällen entsprechende Institutionen und Organisationen vertreten, die selbst einen Twitter-Account haben und Jugend und Medien auf Twitter folgen. 64 Prozent der Bezugspersonen und 54 Prozent der Multiplikatoren/-innen geben an, keinen der abgefragten Kanäle zu nutzen.

⁷ Die Absprungrate bezeichnet den Anteil derjenigen Personen, die bei ihrem Besuch auf der Webseite nur eine einzige Seite aufrufen und die Sitzung dann beenden. Bei www.jugendundmedien.ch kann dies zum Beispiel bedeuten, dass viele Personen nur die Startseite aufrufen und diese dann wieder verlassen. Oder sie gelangen über eine Suchmaschine direkt auf den gesuchten Inhalt (bspw. die Seite, auf der man die Broschüren herunterladen kann), führen die geplante Aktion auf der entsprechenden Seite aus (bspw. Download einer Broschüre) und verlassen die Seite wieder. Das Beispiel zeigt bereits, dass die Interpretation der Absprungrate nicht ganz einfach ist. Schauen sich 70 Prozent der Besucher/-innen nur die Startseite an, ist das bei einer Seite wie www.jugendundmedien.ch tatsächlich problematisch, weil die Startseite lediglich ein Inhaltsverzeichnis darstellt und selbst keine Inhalte enthält. Kommen die 70 Prozent zustande, weil viele Personen gezielt Inhalte suchen und direkt auf diese gelangen, ist die Absprungrate weniger kritisch zu beurteilen.

Broschüren und Flyer

Die folgende Darstellung D 3.2 zeigt zunächst auf, welche Broschüre in welchem Umfang beim BSV bestellt wurde, aufgeschlüsselt nach Sprache.

D 3.2: Verteilte Exemplare Broschüren 2016 bis zum Stichtag 31.12.2019		
<i>Broschüre</i>	<i>Sprache</i>	<i>Verteilte Exemplare (auf Bestellung)</i>
Medienkompetenz – Tipps zum sicheren Umgang mit digitalen Medien	D	298'091
	F	76'500
	I	13'096
Total		377'509
Medienkompetenz im Schulalltag	D	56'162
	F	12'065
	I	4'650
Total		72'877
Förderung von Medienkompetenzen in Institutionen für Kinder und Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen	D	17'889
	F	1'688
	I	707
Total		20'284
Medienkompetenzen und Peer-Education/-Tutoring	D	8'302
	F	1'519
	I	628
Total		10'449

Legende: Es handelt sich bei den ausgewiesenen Zahlen um physisch verteilte Exemplare auf Bestellung. Die Broschüren können kostenlos beim BSV bestellt werden. Die Zahl der zusätzlich über die Webseite bezogenen Exemplare im PDF-Format lässt sich nicht ermitteln.
Quelle: Darstellung Interface, basierend auf Angaben des BSV.

Diese Darstellung zeigt, dass die Broschüre «Medienkompetenz– Tipps zum sicheren Umgang mit digitalen Medien» die mit grossem Abstand am meisten bestellte Broschüre ist – und zwar in allen drei Sprachen. Im Evaluationszeitraum wurden insgesamt fast 380'000 Exemplare bestellt. Diese Broschüre hat das Thema Medienkompetenz allgemein zum Thema und dürfte daher für die meisten Personen, die als Bezugspersonen oder Multiplikatoren/-innen mit Jugend und Medien respektive Jugendmedienschutz zu tun haben, relevant sein. Auf dem zweiten Platz liegt die Broschüre «Medienkompetenz im Schulalltag» mit über 72'000 Bestellungen im Evaluationszeitraum. Diese Broschüre richtet sich an Akteure aus dem Schulbereich. Die beiden anderen Broschüren werden weniger häufig bestellt. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass darin spezifischere Themen abgehandelt werden und die Inhalte für eine kleinere Zielgruppe relevant sind.

In der Online-Befragung wurde bezüglich Broschüren und Flyer zunächst deren Bekanntheit bei den Bezugspersonen und den Multiplikatoren/-innen erhoben. Darstellung D 3.3 zeigt die Ergebnisse auf.

D 3.3: Bekanntheit der verschiedenen Broschüren

<i>Broschüre</i>	<i>Bekanntheit bei Bezugspersonen (n = 371)</i>	<i>Bekanntheit bei Multiplikatoren/-innen (n = 327)</i>
Medienkompetenz – Tipps zum sicheren Umgang mit digitalen Medien	85%	80%
Medienkompetenz im Schulalltag	55%	51%
Medienkompetenzen und Peer-Education/-Tutoring	26%	36%
Förderung von Medienkompetenzen in Institutionen für Kinder und Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen	20%	34%

Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Die beiden meist bestellten Broschüren sind auch bei den Befragten am bekanntesten. Das gilt insbesondere für die allgemeine Broschüre zur Medienkompetenz, die über 80 Prozent der Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen kennen. Bei der Broschüre «Medienkompetenz im Schulalltag» gibt über die Hälfte aller Teilnehmenden der Befragung an, diese zu kennen. Die Unterschiede zwischen Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen sind bei diesen beiden Broschüren klein, wobei der Anteil der Bezugspersonen, die die Broschüren kennen, bei beiden Broschüren etwas höher ist als derjenige der Multiplikatoren/-innen. Die beiden Broschüren mit einer spezifischeren Themensetzung sind auch den Teilnehmenden der Online-Befragung weniger gut bekannt.

Zur Nutzung der Broschüren durch die Bezugspersonen und die Multiplikatoren/-innen wurde vertieft nachgefragt: Es wurde gefragt, ob die Broschüre bereits verwendet, abgegeben und/oder weiterempfohlen wurde beziehungsweise ob dies geplant ist (Detailergebnisse siehe Anhang A 2). Von allen Broschüren wird die Broschüre «Medienkompetenz – Tipps zum sicheren Umgang mit digitalen Medien» prozentual am häufigsten angewandt, weiterempfohlen und abgegeben (Werte zwischen 55 und 60%). Diesbezüglich die tiefsten Werte weist die Broschüre «Medienkompetenz und Peer-Education/-Tutoring» (Werte zwischen 38 und 46%).

Im Vergleich zu den Bezugspersonen empfehlen die Multiplikatoren/-innen sämtliche Broschüren etwas häufiger weiter, insbesondere die Broschüre «Förderung von Medienkompetenzen in Institutionen für Kinder und Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen». Umgekehrt wenden mehr Bezugspersonen als Multiplikatoren/-innen die Broschüren selbst an und geben sie auch häufiger ab.

Die Nachfrage nach dem Flyer «Die wichtigsten Tipps für den sicheren Umgang mit digitalen Medien» war im Evaluationszeitraum sehr gross. Das BSV hat über 565'000 Exemplare an Multiplikatoren/-innen abgegeben. Der Flyer ist damit, ähnlich wie die Broschüren, ein sehr wichtiges Printprodukt. Aus der Online-Befragung resultierte, dass 75 Prozent der Bezugspersonen (n = 345) und 65 Prozent der Multiplikatoren/-innen (n = 315) den Flyer kennen. Bei den Personen, die den Flyer kennen, wurde ebenfalls die Art der Nutzung erhoben. Die folgende Darstellung D 3.4 zeigt die Antworten auf.

D 3.4: Art der Nutzung des Flyers		
	<i>Bezugspersonen (n = 254)</i>	<i>Multiplikatoren/-innen (n = 205)</i>
Ich habe den Flyer bereits angewandt (z.B. in der Arbeit mit Eltern, Lehr- oder Betreuungspersonen).	62%	52%
Ich habe den Flyer bereits abgegeben (z.B. an Eltern, Lehr- oder Betreuungspersonen)	64% (n = 177)*	58%
Ich habe den Flyer weiterempfohlen (Mund-zu-Mund, Link auf eigener Webseite, Hinweis in Newslettern usw.).	45%	52%
Ich habe dies noch nicht getan, plane aber, den Flyer anzuwenden, abzugeben oder weiterzuempfehlen.	7%	8%

Legende: Mehrfachantworten waren möglich. * = Bei den Bezugspersonen wurde den Eltern und Erziehungsberechtigten diese Frage nicht gestellt.
Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Wie in dieser Darstellung ersichtlich, hat mindestens die Hälfte der Befragungsteilnehmenden den Flyer bereits selbst angewendet, ihn abgegeben oder weiterempfohlen. Bei den Bezugspersonen sind es sogar über 60 Prozent, die den Flyer angewendet oder abgegeben haben. Bezugspersonen wenden den Flyer häufiger an und geben ihn ab als Multiplikatoren/-innen. Multiplikatoren/-innen empfehlen den Flyer jedoch häufiger (52%) weiter, als Bezugspersonen dies tun (45%). 11 Prozent der Bezugspersonen und 12 Prozent der Multiplikatoren/-innen geben an, den Flyer noch nie genutzt zu haben und dies auch nicht zu planen.

Newsletter

Am 31. Dezember 2019 betrug die Anzahl der Newsletter-Abonnenten 1'600, davon hatten 83 Prozent den deutschen, 12 Prozent den französischen und 5 Prozent den italienischen Newsletter abonniert.

Die Teilnehmenden an der Online-Befragung beantworteten die Frage nach der Nutzung des Newsletters wie folgt: 46 Prozent der Bezugspersonen und 56 Prozent der Multiplikatoren/-innen haben den Newsletter abonniert.

3.1.2 Beurteilung der Leistungen durch die beteiligten Akteure

Aus der Online-Befragung erhalten wir zunächst eine allgemeine Einschätzung zur Zufriedenheit mit den Leistungen von Jugend und Medien (N = 585). Insgesamt zeigen sich 95 Prozent generell eher oder sehr zufrieden mit den Leistungen, nur 5 Prozent sind damit eher oder sehr unzufrieden. Neben dieser Gesamtbeurteilung wurde eine Beurteilung der Leistungen in den einzelnen Handlungsfeldern erhoben.

F8: Inwiefern werden die Leistungen im Handlungsfeld «Information und Sensibilisierung» von den Adressaten und Umsetzungsakteuren als nützlich und ausreichend erachtet?

I Ergebnisse aus der Online-Befragung

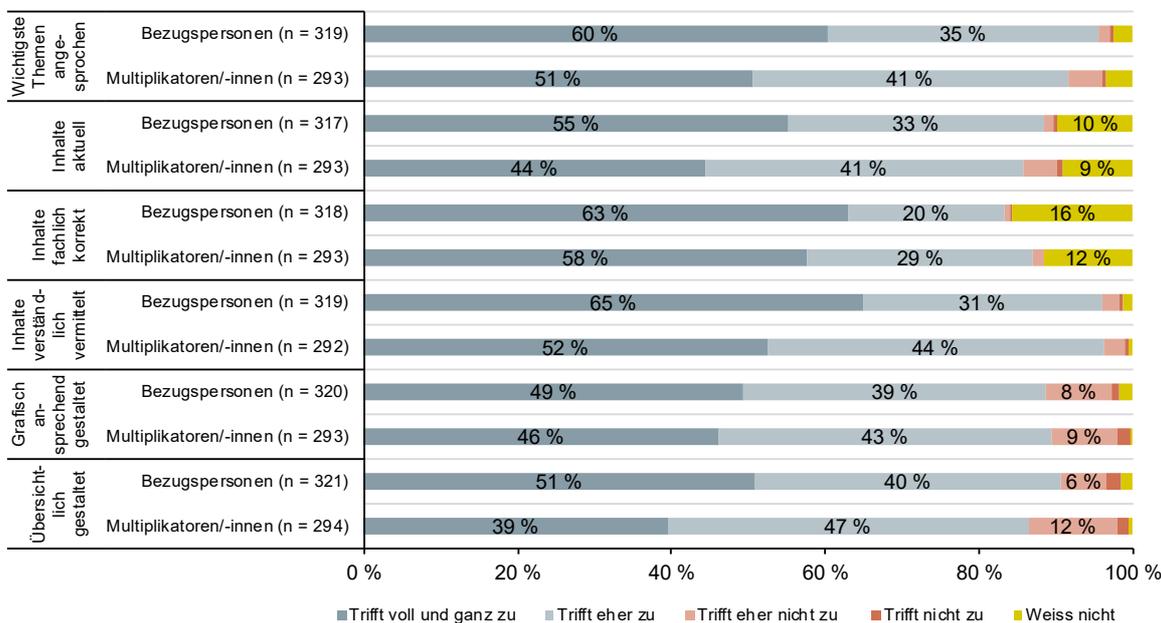
Nachfolgend werden die Ergebnisse der Online-Befragung aufgezeigt.

Webseite

Die folgende Darstellung D 3.5 zeigt auf, wie die Teilnehmenden der Online-Befragung, welche die Webseite www.jugendundmedien.ch mindestens einmal genutzt haben, diese beurteilen.

D 3.5: Beurteilung der Webseite www.jugendundmedien.ch

Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen zur Webseite www.jugendundmedien.ch



Legende: Diese Frage wurde nur denjenigen Personen gestellt, die angaben, die Webseite mindestens einmal genutzt zu haben (n = 645). Werte unter 5 Prozent sind nicht beschriftet.

Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Die Darstellung illustriert, dass die Webseite generell positiv beurteilt wird. Besonders positiv wird die Verständlichkeit der Inhalte bewertet, wobei sich eine leicht bessere Bewertung durch die Bezugspersonen feststellen lässt. Am negativsten werden die Übersichtlichkeit und die grafische Gestaltung beurteilt (12% «trifft nicht zu»). Die fachliche Korrektheit und die Aktualität der Inhalte konnte von einigen Personen nicht beurteilt werden (zwischen 9 und 16% «Weiss nicht»-Antworten).

Die Webseite wird von 93 Prozent aller Antwortenden als sehr nützlich oder eher nützlich bezeichnet. Nur 4 Prozent finden die Webseite eher nicht nützlich oder gar nicht nützlich. Sowohl für Bezugspersonen als auch für Multiplikatoren/-innen sind Informationen zu den spezifischen Themen sehr wichtig (88 und 86%). Ebenfalls wichtig sind Informationen zu Politik und Recht, zu Veranstaltungen, zu Publikationen des BSV zu Jugend und Medien (inkl. Bestellmöglichkeit) sowie die Datenbank mit Informations-, Schulungs- und Beratungsangeboten in der Schweiz. Informationen zu kantonalen Strategien sind hingegen nur für 46 Prozent der Bezugspersonen und 56 Prozent der Multiplikatoren/-innen eher wichtig oder sehr wichtig.

Die Webseite wird von den Akteuren auch weiterempfohlen. Bei den Bezugspersonen (n = 316) sind es 72 Prozent, bei den Multiplikatoren/-innen (n = 291) 77 Prozent, die angeben, die Webseite weiterzuempfehlen.

Social Media

Die Teilnehmenden an der Online-Befragung beurteilten die Nützlichkeit der Präsenz von Jugend und Medien auf den Sozialen Medien. Insgesamt beurteilen dies 85 Prozent der Teilnehmenden der Online-Befragung als sehr nützlich oder eher nützlich, während 15 Prozent der Meinung sind, die Präsenz sei eher nicht nützlich oder gar nicht nützlich. Bei dieser Einschätzung sind keine wesentlichen Unterschiede zwischen Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen zu beobachten.

Newsletter

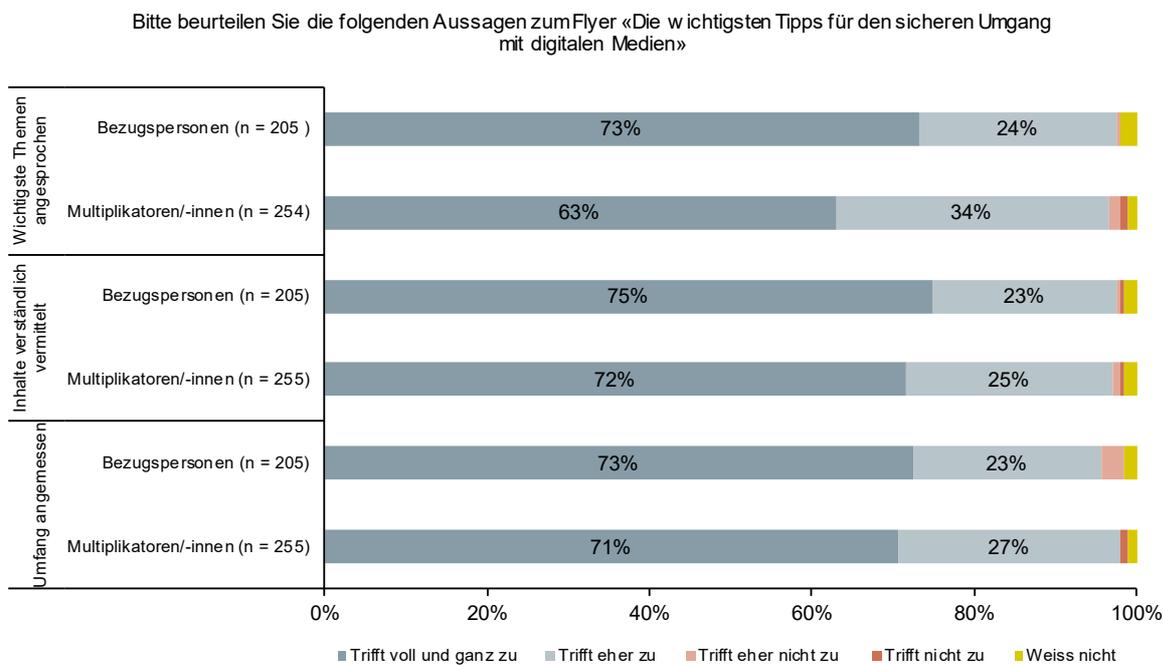
Bezüglich des Newsletters beurteilten die Teilnehmenden der Online-Befragung, die diesen abonniert haben, wie nützlich der Newsletter für sie ist. 92 Prozent aller Antwortenden finden den Newsletter sehr nützlich oder eher nützlich. Für 8 Prozent ist der Newsletter eher nicht nützlich oder nicht nützlich.

Broschüren und Flyer

Die Befragungsteilnehmenden, die mindestens eine Broschüre kennen, wurden jeweils gebeten, diese bezüglich Umfang, Inhalt und Darstellung zu bewerten. Bei allen Broschüren beurteilen die Befragten die fachliche Korrektheit, die Aktualität, die Vermittlung der Inhalte, die inhaltliche Schwerpunktsetzung, den Umfang, die grafische Gestaltung und die Übersichtlichkeit als positiv («Trifft zu» oder «Trifft eher zu» angekreuzt). Die Zustimmung zu den vorgängig genannten Punkten liegt bei allen Broschüren meist bei über 80 Prozent (Maximum: 99%, Minimum: 72%). Es sind keine systematischen Unterschiede zwischen den einzelnen Broschüren feststellbar, ebenso wenig zwischen Multiplikatoren/-innen und Bezugspersonen, ausser dass Bezugspersonen etwas öfter mit «Weiss nicht» antworten.

Die Beurteilung des Flyers wird durch die folgende Darstellung illustriert.

D 3.6: Beurteilung des Flyers «Die wichtigsten Tipps für den sicheren Umgang mit digitalen Medien»



Legende: Diese Frage wurde nur denjenigen Personen gestellt, die angaben, den Flyer zu kennen. Die Aussagen wurden absteigend nach der Summe der Anteile der «Trifft zu»- und «Trifft eher zu»-Antworten geordnet. Werte unter 5 Prozent sind nicht beschriftet.

Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Der Flyer wird von den Befragungsteilnehmenden sehr positiv beurteilt. Alle zu beurteilenden Aussagen erhalten Zustimmungswerte von zwischen 96 und 98 Prozent.

Ergebnisse aus den Experteninterviews

Die interviewten Expertinnen und Experten beurteilten die Leistungen im Handlungsfeld «Information und Sensibilisierung» folgendermassen:

- Bei der *Webseite* stellen die Interviewpartner/-innen eine deutliche Verbesserung durch deren Überarbeitung fest. Die Webseite wird in ihrer heutigen Form als nützlich beurteilt.

- Der *Newsletter* wird bezüglich Inhalt und Häufigkeit des Erscheinens von den meisten Interviewten positiv beurteilt. Eine Person ist der Ansicht, dass dieser Newsletter «einer der besseren, die es überhaupt gibt» ist. Eine Person findet den Newsletter zu umfangreich.
- Die Rückmeldungen zu den *Broschüren* und zum *Flyer* sind ebenfalls positiv. Diese seien insbesondere nützlich, weil man damit etwas «in der Hand habe», das sich für die Weitergabe eigne. Dies wird als Hauptzweck der Printprodukte gesehen. Beim Flyer wird positiv hervorgehoben, dass er in vielen Sprachen verfügbar ist. Eine Person ist der Meinung, der Flyer sei für die Zielgruppe der Eltern nicht geeignet, weil er zu viel Text enthalte. Dies gelte noch mehr für bildungsferne Personen. Die Person hält mehr Visualisierungen für notwendig. Eine Person ist der Meinung, die Herausgabe und Aktualisierung der Broschüren solle verstärkt werden.
- Die Aktivitäten des BSV auf den *Sozialen Medien*, vor allem auf Twitter, finden ebenfalls Anklang bei den Interviewten. Der Twitter-Kanal dient einer interviewten Person beispielsweise als Sammlung von aktuellen Publikationen.

F9: Gibt es im Handlungsfeld «Information und Sensibilisierung» Bedürfnisse von Seiten der Adressaten und Umsetzungsakteure, die nicht abgedeckt werden? Was wünschen sie sich für die Zukunft?

I Ergebnisse aus der Online-Befragung

In der Online-Befragung wurde zunächst gefragt, ob Jugend und Medien insgesamt genug für die Information und Sensibilisierung unternimmt. 50 Prozent der Antwortenden bejahen diese Frage. 13 Prozent verneinten respektive sind der Meinung, es könnte in diesem Handlungsfeld noch mehr unternommen werden. Die übrigen 37 Prozent konnten diese Frage nicht beantworten.

Anschliessend wurden diejenigen Personen, welche die Frage verneint hatten, gebeten, ihre Wünsche für zusätzliche Aktivitäten im Handlungsfeld «Information und Sensibilisierung» zu konkretisieren. Die Antworten zeigen, dass die Bezugspersonen sich wünschen, dass das BSV noch mehr dafür unternimmt, dass die Informationen bei der Zielgruppe Eltern und Lehrpersonen besser ankommen. Beispielsweise schlagen einige der Befragten die Durchführung regelmässiger Einsätze an Schulen oder an Elternabenden vor. Die Kommentare der Multiplikatoren/-innen gehen teilweise ebenfalls in diese Richtung. Daneben wünschen sich diese Akteure vor allem mehr breite Kampagnen, allgemein mehr Präsenz und aktivere Bekanntmachung der Leistungen respektive der Produkte und Angebote durch das BSV.

I Ergebnisse aus den Experteninterviews

Die Interviewpartner/-innen haben wenige konkrete Bedürfnisse genannt, die im Handlungsfeld «Information und Sensibilisierung» nicht abgedeckt werden. Allgemein wurde von zwei Personen der Wunsch geäussert, dass noch stärker versucht wird, bildungsferne Zielgruppen zu erreichen. Dies sei zwar bereits aufgenommen worden, bleibe jedoch für viele Präventionsakteure eine ständige Herausforderung. Um bildungsferne Bevölkerungsgruppen zu erreichen, seien praktisch anwendbare Produkte, welche die Multiplikatoren/-innen einsetzen könnten, sehr wichtig.

Eine Person beurteilt es als positiv, dass das BSV bei der Erarbeitung von Publikationen mit verschiedenen relevanten Akteuren zusammenarbeite und dies auch transparent gemacht werde, am Schluss aber der Bund und nicht einzelne Organisationen der Absender der Publikationen sei. Dies signalisiere Verlässlichkeit und Sorge für breite Akzeptanz der Publikationen.

Zwei Interviewpartner/-innen stellen fest, dass in den anderen deutschsprachigen Ländern allgemein mehr Produkte dieser Art erstellt werden. Die Qualität dieser Produkte sei mit der von schweizerischen Produkten vergleichbar. Es wäre sinnvoll, diese Grundlagen auch für die Schweiz zu nutzen, jedoch sei dies nicht in allen Bereichen möglich (z.B. Datenschutz mit spezifischer Rechtslage in der Schweiz). Die beiden Personen geben aber beide an, keine Kenntnis über die Ressourcen zu haben, die in den anderen Ländern für solche Vorhaben zur Verfügung stehen.

3.2 Leistungen im Handlungsfeld 2 «Unterstützung der Stakeholder»

Das Ziel der Leistungen dieses Handlungsfeldes ist es, Multiplikatoren/-innen zu unterstützen, so dass sie Massnahmen zur Förderung von Medienkompetenzen entwickeln, die den Bedürfnissen der Praxis entsprechen.

3.2.1 Beschreibung der Leistungen

F6: Welche Leistungen werden im Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder» in welchem Umfang zuhanden welcher Adressaten erbracht?

Das Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder» wurde ursprünglich zur Mobilisierung der Stakeholder ins Leben gerufen. Da diese in der Zwischenzeit bereits gut umgesetzt ist, hat das BSV die Ausrichtung dieses Handlungsfeldes seit 2016 in Richtung von Unterstützungsleistungen für diese Akteurgruppe angepasst. Es beinhaltet derzeit in erster Linie die Zusammenarbeit des BSV mit Stakeholdern zur Erarbeitung von spezifischen Broschüren und Lehrmaterialien sowie die Unterstützung von Stakeholdern bei der Organisation von Tagungen, Konferenzen, Schulungen usw. Das BSV unterstützt die Stakeholder auch mit seinem Expertenwissen, indem es beispielsweise inhaltliche Beiträge leistet (z.B. Referate an Weiterbildungen für Fachpersonen), Gegenlesen von Texten usw. Ausserdem ist die punktuelle, finanzielle Unterstützung von Partizipations- und Modellprojekten möglich, die ans BSV herangetragen werden.⁸ Bei der Definition dieser Art von Projekten orientiert sich das BSV am Kinder- und Jugendförderungsgesetz KJFG (Art. 8).⁹ Demnach müssen *Modellprojekte* einen Modellecharakter von gesamtschweizerischer Bedeutung aufweisen, das heisst schweizweit neuartige Ansätze aufweisen, damit das Projekt eine Vorreiterrolle bezüglich Methoden, Ideen, Zielen oder Strategien einnehmen kann. Zudem soll ein Modellvorhaben auf andere Kontexte übertragbar, ein Bedürfnis für das Vorhaben nachgewiesen und der Wissenstransfer sichergestellt sein. Gemäss KJFG können als *Partizipationsprojekte* Vorhaben von gesamtschweizerischer Bedeutung gefördert werden, in denen Kinder und Jugendliche einen wesentlichen Anteil an der Initiierung, Planung und Umsetzung haben oder Kinder und Jugendliche mit besonderem Förderungsbedarf eine zentrale und aktive Rolle einnehmen.

Im Evaluationszeitraum wurden in diesem Handlungsfeld konkret die folgenden Leistungen erbracht:

- Finanzielle Unterstützung, Lieferung von Texten und Korrekturlesen der beiden Infografiken «Digitale Medien» und «Fake News, Manipulation und Extremismus» von Elternbildung CH.
- Finanzielle Unterstützung und Korrekturlesen in mehreren Runden der Broschüre «Digital dabei! Menschen mit einer geistigen Behinderung im Umgang mit digitalen Medien begleiten» von Insieme.
- Beitrag an Lehrmittel zum Datenschutz (Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter) und zum Schutz der Privatsphäre (Datenschutzbeauftragter des Kantons Zürich).
- Beitrag an die Kampagne «NetLa – Meine Daten gehören mir!» der NetLa Verein c/o L&W communication AG.
- Beitrag an zwei Unterrichtseinheiten des VJPS, des Vereins für Jugendfragen, Prävention und Suchthilfe des Kantons Schaffhausen (Medienwirklichkeiten, Sexualität und Internet).
- Beitrag an EyeSmart – littératie visuelle, fake news (infox) der Fondation image et société.
- Finanzielle Unterstützung für verschiedene Tagungen, Konferenzen oder Schulungen von Dritten. Teilweise fand eine Unterstützung auch in Form von Teilnahme an entsprechenden Gefässen statt.
- Finanzielle Unterstützung und Feedback zum Inhalt von Serious Game DATAK von Radio Télévision Suisse RTS.

⁸ Vgl. dazu Bundesamt für Sozialversicherungen BSV (2017): Kinder- und Jugendmedienschutz. Handlungsfelder und Schwerpunkte. Konzept 2016–2020 (neu).

⁹ <https://www.bsv.admin.ch/bsv/de/home/finanzhilfen/kjfg/finanzhilfen-partizipations-modellprojekte.html>, Zugriff am 12. April 2020.

Zu den in diesem Handlungsfeld vorgesehenen Partizipations- und Modellprojekten hat das BSV im Erhebungszeitraum kein Gesuch erhalten. Das BSV hat diese Unterstützungsmöglichkeit bisher nicht proaktiv beworben. Es muss jedoch erwähnt werden, dass es sich bei den so genannten Pilotprojekten (vgl. Handlungsfeld 3 «Wissensaufbau») eigentlich um Modellprojekte handelt, welche jedoch vom BSV als Mandate zu den thematischen Schwerpunkten ausgeschrieben werden.

F7: Inwiefern werden die Leistungen im Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder» von den Adressaten genutzt?

Aus der Online-Befragung gibt es zunächst Ergebnisse zur Bekanntheit einer Auswahl von Produkten, deren Erarbeitung vom BSV unterstützt wurde. Weitere Produkte zum Wissensaufbau, deren Bekanntheit in der Online-Befragung ebenfalls abgefragt wurde, sind in Darstellung D 3.10 aufgeführt.

D 3.7: Bekanntheit einer Auswahl von Produkten im Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder»

	<i>Bezugspersonen (n = 207)</i>	<i>Multiplikatoren/-innen (n = 299)</i>
Infografiken «Digitale Medien» und «Fake News, Manipulation und Extremismus» (Elternbildung CH)	18%	27%
Serious Game DATAK (RTS)	6%	17%
Infobroschüre «Digital dabei! Menschen mit einer geistigen Behinderung im Umgang mit digitalen Medien begleiten» (Insieme)	4%	13%

Legende: Mehrfachantworten waren möglich. Bei den Bezugspersonen wurde den Eltern und Erziehungsberechtigten diese Frage nicht gestellt.

Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Bei den Infografiken von Elternbildung CH zeigt sich mit 18 Prozent (Bezugspersonen) beziehungsweise 27 Prozent (Multiplikatoren/-innen) die grösste Bekanntheit. Serious Game DATAK und die Broschüre «Digital dabei! Menschen mit einer geistigen Behinderung im Umgang mit digitalen Medien begleiten» sind erst wenigen Bezugspersonen bekannt. Bei den Multiplikatoren/-innen kennen 17 und 13 Prozent die entsprechenden Produkte.

Die Befragten gaben ausserdem an, ob sie selbst bereits Leistungen im Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder» genutzt haben und, falls ja, welche. Die folgende Darstellung zeigt die Ergebnisse.

D 3.8: Nutzung der Leistungen im Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder»

	<i>Bezugspersonen (n = 213)</i>	<i>Multiplikatoren/-innen (n = 315)</i>
Finanzielle Beiträge des Bundes an eigene Umsetzungsprojekte, eigene Massnahmen oder Veranstaltungen	2%	9%
Fachliche Unterstützung des Bundes (z.B. Gegenlesen von Broschüren, Zusammenarbeit bei der Erarbeitung von Informations- oder Schulungsmaterialien usw.)	2%	5%
Unterstützung des Bundes bei der Organisation und Durchführung von Workshops und Weiterbildungen	2%	4%

Legende: Mehrfachantworten waren möglich. Bei den Bezugspersonen wurde den Eltern und Erziehungsberechtigten diese Frage nicht gestellt.

Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Wie die Darstellung zeigt, hat nur ein sehr kleiner Teil der Befragten Leistungen in diesem Handlungsfeld genutzt. Dies gilt für beide Adressaten der Massnahmen des BSV, aber noch deutlicher für die Bezugspersonen. Dies liegt gemäss Einschätzung des Evaluationsteams daran, dass diese spezifischen Leistungen auch lediglich an einen kleinen Kreis von Akteuren gerichtet sind, nämlich an Dach- und Branchenverbände oder an nationale oder überregionale Anbieter. Am ehesten wurden finanzielle Beiträge des Bundes an eigene Umsetzungsprojekte, eigene Massnahmen oder Veranstaltungen in Anspruch genommen. 9 Prozent der Multiplikatoren/-innen geben an, diese Leistung genutzt zu haben. 94 Prozent der Bezugspersonen und 86 Prozent der Multiplikatoren/-innen geben an, bisher keine der Leistungen genutzt zu haben.

3.2.2 Beurteilung der Leistungen durch die beteiligten Akteure

F8: Inwiefern werden die Leistungen im Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder» von den Adressaten und Umsetzungsakteuren als nützlich und ausreichend erachtet?

F9: Gibt es Bedürfnisse von Seiten der Adressaten und Umsetzungsakteure, die nicht abgedeckt werden? Was wünschen sie sich für die Zukunft?

| Ergebnisse aus der Online-Befragung

In der Online-Befragung wurde zunächst gefragt, ob das BSV insgesamt genug im Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder» unternimmt. 37 Prozent der Bezugspersonen und 51 Prozent der Multiplikatoren/-innen bejahen diese Frage. 17 Prozent der Bezugspersonen und 13 Prozent der Multiplikatoren/-innen sind der Meinung, es werde nicht genug unternommen. Die übrigen 46 Prozent der Bezugspersonen und 36 Prozent der Multiplikatoren/-innen können diese Frage nicht beantworten.

Anschliessend wurden diejenigen Personen, welche die Frage verneint hatten, gebeten, ihre Wünsche für zusätzliche Aktivitäten im Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder» zu konkretisieren. Es gab dazu nur zwei Kommentare. Vorgeschlagen wird die Schaffung einer Toolbox für Lehrpersonen auf Primarschulstufe und die Durchführung von Workshops an Schulen.

| Ergebnisse aus den Experteninterviews

In den Interviews wurden die Leistungen im Handlungsfeld «Unterstützung der Stakeholder» nicht explizit thematisiert. Eine interviewte Person fasst aber die Rolle des BSV bei der Unterstützung der Stakeholder zusammen: Das BSV sei sehr stark in der Erarbeitung von Grundlagen, in der Sammlung von Angeboten und in der Forschung. Dies könnten Akteure wie Dachverbände, einzelne Organisationen oder auch Kantone nicht leisten und könnten deshalb stark von der Arbeit des BSV profitieren. Beispielsweise könnten Elemente aus Grundlagen des BSV verwendet werden, um die eigenen, teilweise sehr praktisch orientierten Produkte weiterzuentwickeln.

Eine Person erwähnte, dass ihr bisher nicht bekannt war, dass Stakeholder für ihre Aktivitäten im Bereich des Jugendmedienschutzes auch ausserhalb der Schwerpunktthemen und damit ausserhalb von Pilotprojekten vom BSV finanzielle Unterstützung erhalten können. Gut fände sie, wenn beispielsweise Weiterbildungen für Jugendarbeitende mit Unterstützung des BSV konzipiert und diese regional durchgeführt werden könnten.

Dazu wird vom Evaluationsteam angemerkt, dass sowohl die finanzielle Unterstützung von Schulungen als auch die finanzielle Unterstützung von Partizipations- und Modellprojekten als Leistungen in diesem Handlungsfeld vorgesehen sind (vgl. Abschnitt 3.2.1). Erstere fand im untersuchten Zeitraum auch verschiedentlich statt. Partizipations- und Modellprojekte jedoch wurden über die Pilotprojekte in den Schwerpunktthemen hinaus (vgl. Abschnitt 3.3) bisher keine unterstützt.

3.3 Leistungen im Handlungsfeld 3 «Wissensaufbau»

Mit diesem Handlungsfeld wird bezweckt, die Wissensbasis bei den Akteuren zum Thema Jugendmedienschutz zu erweitern und eine Orientierung an Good-Practice-Beispielen zu ermöglichen.

3.3.1 Beschreibung der Leistungen

F6: Welche Leistungen werden im Handlungsfeld «Wissensaufbau» in welchem Umfang zuhanden welcher Adressaten erbracht?

Beim Handlungsfeld «Wissensaufbau» geht es im Wesentlichen um die finanzielle Unterstützung grosser Studien zum Thema Jugend und Medien. Daneben werden Beiträge für externe Evaluationen und für Pilotprojekte gesprochen.

Im Evaluationszeitraum wurden drei Studien finanziell unterstützt: Die 2017 und 2019 publizierte Studie *Medien, Interaktion, Kinder und Eltern* (MIKE-Studie) der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, die Studie *MEKiS – Medienkompetenz in der Sozialen Arbeit* der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW und der Berufs-, Fach- und Fortbildungsschule Bern in Zusammenarbeit mit dem Dachverband CURAVIVA Schweiz sowie die Studie *EU Kids Online Schweiz* der Pädagogischen Hochschule Schwyz.

Zwei Evaluationsprojekte wurden finanziert: Die Evaluation der Pilotprojekte im Schwerpunktthema «Extremismus und Radikalisierung» durch die ZHAW¹⁰ und die vorliegende Evaluation von Jugend und Medien durch Interface.

Zudem wurden in den beiden Schwerpunktthemen insgesamt sieben Pilotprojekte unterstützt:

- Im Schwerpunktthema «Extremismus und Radikalisierung» hat das BSV im Juni 2017 eine Ausschreibung lanciert. Die Bedingungen waren, dass in den Projekten mit der Methode Gegennarrative und/oder alternative Narrative gearbeitet wird, dass sie einen partizipativen Ansatz verfolgen und im ausserschulischen Kontext durchgeführt werden. Insgesamt wurden 13 Projekte eingereicht, und im September 2017 wählte das BSV mit einer Expertengruppe vier Projekte zur Unterstützung aus. Nach Abschluss der Pilotprojekte hat das BSV im Januar 2020 die Broschüre «Narrative zur Prävention von Online-Radikalisierung. Projektbeispiele, Empfehlungen und Anwendung in der Praxis» veröffentlicht.
- Im Rahmen des Schwerpunktthemas «Sexualität und Internet» wurden private, nicht gewinnorientierte Organisationen aufgefordert, Projekte zur Prävention von sexualitätsbezogenen Internetrisiken vorzustellen. Bedingung war, dass die Projekte sich entweder über die gesamte Schweiz, über eine Sprachregion oder zumindest über mehrere Kantone erstrecken. Der Fokus lag dabei auf der Sensibilisierung sowohl von Eltern mit Migrationshintergrund, von bildungsfernen Eltern wie auch von Institutionen/Betreuungspersonen, die mit vulnerablen Gruppen arbeiten. Es wurden drei Projekte ausgewählt, die im Jahr 2019 umgesetzt wurden.

In der folgenden Darstellung D 3.9 sind die unterstützten Pilotprojekte aufgelistet:

¹⁰ Baier, Dirk; Kamenowski, Maria; Curty, Gaël; Eser, Mirjam; Haymoz, Sandrine; Manzoni, Patrik; Rether, Ayesha; Wegel, Melanie (2019): Evaluation der Pilotprojekte Gegennarrative und Alternative Narrative zur Prävention von Radikalisierung im Netz, die zu gewalttätigem Extremismus führt. Zürich und Fribourg.

D 3.9: Unterstützte Pilotprojekte im Evaluationszeitraum	
<i>Projekttitlel</i>	<i>Projekträger</i>
Schwerpunktthema «Sexualität und Internet»	
Ausbildung von Schlüsselpersonen der Migrationsbevölkerung als Multiplikatoren zur Prävention sexualitätsbezogener Internetrisiken	Pro Juventute
Le rôle des parents dans l'éducation « sexualité et médias » de leurs enfants	Santé Sexuelle Suisse
Kartenset «Internet und Sexualität»	zischtig.ch und CURAVIVA
Schwerpunktthema «Extremismus und Radikalisierung»	
#winfluence	Jugendinfo Winterthur
#knowislam – Kurze Videos, Grosse Themen	Institut für interkulturelle Zusammenarbeit und Dialog
#SwissMuslimStories	UMMAH (Muslimische Jugend Schweiz)
PositivIslam	Schweizerisches Zentrum für Islam und Gesellschaft (SZIG)
Quelle: Angaben des BSV.	

F7: Inwiefern werden die Leistungen im Handlungsfeld «Wissensaufbau» von den Adressaten genutzt?

In der Online-Befragung wurde erhoben, ob den Teilnehmenden die verschiedenen Studien respektive das Produkt eines Pilotprojekts (Kartenset) im Schwerpunktthema «Sexualität und Internet» sowie der Bericht zur Evaluation von Pilotprojekten im Schwerpunktthema «Extremismus und Radikalisierung» bekannt sind. In Darstellung D 3.10 finden sich die Ergebnisse.

D 3.10: Bekanntheit der Leistungen im Handlungsfeld «Wissensaufbau»		
	<i>Bezugspersonen (n = 207)</i>	<i>Multiplikatoren/-innen (n = 299)</i>
MIKE-Studie (ZHAW)	45%	60%
Studie EU Kids Online Schweiz (Pädagogische Hochschule Schwyz)	16%	40%
MEKiS-Studie und -Instrumente: Medienkompetenz in stationären Einrichtungen der Jugendhilfe (FHNW und BFF Bern)	10%	23%
Kartenset «Internet und Sexualität» (zischtig.ch und CURAVIVA)	14%	21%
Evaluation der Pilotprojekte Gegennarrative und Alternative Narrative zur Prävention von Radikalisierung im Netz, die zu gewalttätigem Extremismus führt (ZHAW und HETS-FR)	4%	19%
Legende: Mehrfachantworten waren möglich. Bei den Bezugspersonen wurde den Eltern und Erziehungsberechtigten diese Frage nicht gestellt.		
Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.		

Bei allen Studien und beim Kartenset ist die Bekanntheit bei den Bezugspersonen tiefer als bei den Multiplikatoren/-innen. Die MIKE-Studie ist bei beiden Gruppen am besten bekannt. Fast die Hälfte der Bezugspersonen

und über die Hälfte der Multiplikatoren/-innen geben an, diese Studie zu kennen. Auch die Studie EU Kids Online Schweiz kennen 40 Prozent der Multiplikatoren/-innen. Am wenigsten bekannt ist beiden Gruppen die Evaluation der Pilotprojekte im Schwerpunktthema «Extremismus und Radikalisierung».

38 Prozent der Bezugspersonen und 23 Prozent der Multiplikatoren/-innen geben an, bisher keine der Leistungen zu kennen.

3.3.2 Beurteilung der Leistungen durch die beteiligten Akteure

F8: Inwiefern werden die Leistungen im Handlungsfeld «Wissensaufbau» von den Adressaten und Umsetzungsakteuren als nützlich und ausreichend erachtet?

F9: Gibt es Bedürfnisse von Seiten der Adressaten und Umsetzungsakteure, die nicht abgedeckt werden? Was wünschen sie sich für die Zukunft?

I Ergebnisse aus der Online-Befragung

In der Online-Befragung wurde zunächst gefragt, ob Jugend und Medien insgesamt genügend Leistungen im Handlungsfeld «Wissensaufbau» anbietet (n = 478). 62 Prozent der Antwortenden bejahen diese Frage. 9 Prozent sind der Meinung, es werde nicht genug unternommen. Die übrigen 29 Prozent können diese Frage nicht beantworten. Zwischen den Bezugspersonen und den Multiplikatoren/-innen sind keine grossen Unterschiede feststellbar, ausser, dass bei den Bezugspersonen ein grösserer Prozentsatz die Frage nicht beantworten kann (34 gegenüber 24%).

Anschliessend wurden diejenigen Personen, welche die Frage verneint hatten, gebeten, ihre Wünsche für zusätzliche Aktivitäten in diesem Handlungsfeld genauer zu beschreiben. Die wenigen Kommentare gehen in eine ähnliche Richtung wie bei den anderen Handlungsfeldern. Die Befragten wünschen sich vom BSV mehr direkte Aktionen für Lehrpersonen und Eltern sowie eine bessere Bekanntmachung von Jugend und Medien und den entsprechenden Leistungen. Die Multiplikatoren/-innen wünschen sich zusätzlich eine noch konsequentere und laufende Aktualisierung der Informationen auf der Webseite sowie das Angebot einer Übersicht über internationale Studien beziehungsweise einer «Wissensdatenbank». Eine Person schlägt die Durchführung einer Tagung zur aktuellen Forschung in Europa vor.

I Ergebnisse aus den Experteninterviews

In den Interviews wurden die in der Online-Befragung untersuchten Studien kaum thematisiert. Besprochen wurden die Projektförderung respektive die konkreten Pilotprojekte, die einige der Interviewpartner/-innen durchgeführt haben.

Die Förderung von Pilotprojekten im Rahmen von Jugend und Medien wird als wichtige und nützliche Massnahme gesehen. Es ist auch einer der Bereiche, in dem sich viele der Interviewten eine Erweiterung der Aktivitäten wünschen. Weil gerade die Projektförderung eine nachhaltig wirksame Massnahme sei, solle das BSV noch mehr Pilotprojekte unterstützen.

Die Pilotprojekte im Evaluationszeitraum wurden als praxisnaher erlebt als Pilotprojekte in der Programmphase 2011–2015. Dass bei den Pilotprojekten vom BSV ausdrücklich Kooperationen gefordert wurden, wird begrüsst. Wenn mehr Träger hinter einem Projekt stünden, würde eine grössere Akzeptanz erreicht und die Kooperationen trügen zu einer besseren Qualität durch mehr Perspektiven und grösseres Fachwissen bei.

Bei den Pilotprojekten wurde die Erfahrung gemacht, dass die wichtige Verbreitung und Kommunikation der Ergebnisse aus den Pilotprojekten teilweise zu wenig einkalkuliert war oder dass der dafür notwendige Aufwand unterschätzt wurde. Aufgrund dieser Erfahrung stellt eine interviewte Person fest, dass die Pilotprojekte in Zukunft vom BSV enger begleitet werden sollten.

Eine Person bedauert, dass bei den Pilotprojekten grosser Zeitdruck bestanden habe. Zwischen der Ausschreibung und der Evaluation der Pilotprojekte sei nur zwei Jahre Zeit gewesen. Für die Expertinnen und Experten,

welche die Projekte begleiteten und evaluierten, seien die Arbeiten (z.B. Gesuche lesen, Resultate validieren, Evaluationsberichte lesen) in diesem kurzen Zeitraum teilweise kaum zu bewältigen gewesen. Auch die Projektträger selbst seien unter Zeitdruck gestanden.

3.4 Leistungen im Handlungsfeld 4 «Koordination und Vernetzung»

Ziel dieses Handlungsfelds ist es, die Koordination zwischen den Akteuren und damit die Wirkungen der Massnahmen des BSV zu verstärken. Die Wissensverbreitung, der Erfahrungsaustausch und die Koordination der bestehenden Massnahmen sollen weiter verbessert werden.

3.4.1 Beschreibung der Leistungen

F6: Welche Leistungen werden im Handlungsfeld «Koordination und Vernetzung» in welchem Umfang zuhanden welcher Adressaten erbracht?

Das Handlungsfeld «Koordination und Vernetzung» umfasst verschiedene Veranstaltungen im Rahmen von Jugend und Medien, das Netzwerk Medienkompetenz Schweiz und die Gefässe/Arbeitsgruppen zu den Schwerpunktthemen. Die Leistungen werden nachfolgend aufgeführt und es wird gezeigt, in welchem Umfang diese Leistungen erbracht respektive genutzt wurden.

Im untersuchten Zeitraum wurden folgende Leistungen erbracht: Die Koordination/Organisation des Netzwerks Medienkompetenz Schweiz, des Fachforums Jugend und Medien sowie, die Schwerpunktthemen betreffend, die Runden Tische und den Think Tank zu Sexualität und Internet und die Austauschtreffen Extremismus und Radikalisierung.

Bis 2015 existierte das Netzwerk Kantonale Ansprechpersonen. Dieses wurde 2016 ins kantonsübergreifende *Netzwerk Medienkompetenz Schweiz* integriert. Das Netzwerk Medienkompetenz Schweiz richtet sich an Präventionsfachleute, Kostenträger und Forschende und wurde im Evaluationszeitraum zweimal durchgeführt. Das Netzwerk Schweiz versteht sich als «Ort des Austauschs zwischen den Akteuren des Jugendschutzes und der Förderung der Medienkompetenzen»¹¹. Die nächste Veranstaltung ist für den 24. November 2020 vorgesehen.

Neben dem Netzwerk Medienkompetenz Schweiz gibt es das *Nationale Fachforum Jugend und Medien*, wobei die Unterschiede zwischen diesen beiden Gefässen aufgrund der dem Evaluationsteam vorliegenden Dokumente nicht ganz trennscharf sind. Gemäss Aussage des BSV soll das Nationale Fachforum Jugend und Medien jedoch in erster Linie eine Konferenz für Fachpersonen sein, an der aktuelle Themen präsentiert und diskutiert werden. Erst in zweiter Linie dient sie auch als nationale Plattform für Austausch und Vernetzung. Im Evaluationszeitraum wurde das Fachforum einmal durchgeführt (nach entsprechenden Veranstaltungen 2011, 2013 und 2015).

Auch im Rahmen der Schwerpunktthemen wurden verschiedene Gefässe ins Leben gerufen, die zu diesem Handlungsfeld gehören. Dabei orientierte sich die Struktur der Gefässe am Handlungsbedarf der jeweiligen Schwerpunkte. Im Schwerpunktthema «Sexualität und Internet» wurden zwei Runden Tische durchgeführt. An diesen nahmen Fachpersonen sowie Vertretende von Bundesstellen, NGOs und Personen aus der Wissenschaft teil. Es wurde zudem ein Think Tank, bestehend aus Fachpersonen und Vertretenden von NGOs, geschaffen, der sich dreimal traf. Im Schwerpunktthema «Extremismus und Radikalisierung» hingegen wurde eine Expertengruppe mit neun Mitgliedern zusammengestellt. Diese hat sich mit den Trägerschaften und Evaluatoren/-innen der Pilotprojekte und weiteren eingeladenen Personen im Evaluationszeitraum dreimal getroffen. Insgesamt neunmal hat sich ein Ausschuss der Expertengruppe getroffen.

¹¹ Webseite <https://www.jugendundmedien.ch/de/experten-fachwissen/veranstaltungen/netzwerk-medienkompetenz.html> (Zugriff am 29. April 2020).

F7: Inwiefern werden die Leistungen im Handlungsfeld «Koordination und Vernetzung» von den Adressaten genutzt?

Darstellung D 3.11 zeigt, wie viele Personen an den genannten Veranstaltungen im untersuchten Zeitraum teilgenommen haben:

D 3.11: Teilnehmerzahlen Veranstaltungen BSV im Evaluationszeitraum	
<i>Veranstaltung</i>	<i>Teilnehmerzahl</i>
Nationales Fachforum Jugend und Medien (2019)	340
Netzwerktreffen Medienkompetenz (2018)	128
Netzwerktreffen Medienkompetenz (2016)	91
1. Runder Tisch Sexualität und Internet	52
2. Runder Tisch Sexualität und Internet	24
1. Think Tank Sexualität und Internet	18
2. Think Tank Sexualität und Internet	16
3. Think Tank Sexualität und Internet	14
1. Austauschtreffen Pilotprojekte Extremismus und Radikalisierung	30
2. Austauschtreffen Pilotprojekte Extremismus und Radikalisierung	35
3. Austauschtreffen Pilotprojekte Extremismus und Radikalisierung	28

Quelle: Darstellung Interface, basierend auf Angaben des BSV.

Die Teilnehmenden der Online-Befragung gaben an, ob sie seit 2016 an verschiedenen Veranstaltungen teilgenommen haben. Die Ergebnisse werden in der folgenden Darstellung D 3.12 aufgezeigt.

D 3.12: Teilnahme an Veranstaltungen	<i>Bezugspersonen (n = 215)</i>	<i>Multiplikatoren/-innen (n = 310)</i>
Nationales Fachforum Jugend und Medien (2019)	9%	27%
Netzwerktreffen Medienkompetenz (2016, 2018)	6%	25%
Arbeitsgruppe, Expertengruppe oder Round Table	1%	13%

Legende: Mehrfachantworten waren möglich. Bei den Bezugspersonen wurde den Eltern und Erziehungsberechtigten diese Frage nicht gestellt.
Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Von den befragten Bezugspersonen haben nur wenige an den genannten Veranstaltungen teilgenommen. Der grösste Anteil findet sich mit 9 Prozent beim Nationalen Fachforum. Demgegenüber haben 27 Prozent der Multiplikatoren/-innen an dieser Veranstaltung und ein Viertel der Multiplikatoren/-innen am Netzwerktreffen Medienkompetenz teilgenommen. 13 Prozent der Multiplikatoren/-innen waren in eines oder mehrere Gefässe im Rahmen der Schwerpunktthemen involviert.

86 Prozent der befragten Bezugspersonen und 56 Prozent der Multiplikatoren/-innen gaben an, seit 2016 an keiner der aufgeführten Veranstaltungen teilgenommen zu haben.

3.4.2 Beurteilung der Leistungen durch die beteiligten Akteure

F8: Inwiefern werden die Leistungen im Handlungsfeld «Koordination und Vernetzung» von den Adressaten und Umsetzungsakteuren als nützlich und ausreichend erachtet?

F9: Gibt es Bedürfnisse von Seiten der Adressaten und Umsetzungsakteure, die nicht abgedeckt werden? Was wünschen sie sich für die Zukunft?

I Ergebnisse aus der Online-Befragung

In der Online-Befragung wurde gefragt, ob Jugend und Medien insgesamt genügend Leistungen zur Unterstützung und Vernetzung der verschiedenen Akteure anbietet.¹² 46 Prozent der Antwortenden (n = 221) bejahen diese Frage. 15 Prozent sind der Meinung, es werde nicht genug unternommen (17% der Bezugspersonen und 13% der Multiplikatoren/-innen). Die übrigen 39 Prozent können diese Frage nicht beantworten. Der Anteil der Bezugspersonen, welche die Frage nicht beantworten können, ist um 12 Prozent höher als bei den Multiplikatoren/-innen (47% Bezugspersonen gegenüber 35% Multiplikatoren/-innen).

Anschliessend wurden diejenigen Personen, welche die Frage verneint hatten, gebeten, ihre Wünsche für zusätzliche Aktivitäten in diesem Handlungsfeld genauer zu beschreiben. Auch hier wird wieder die direktere Ansprache von Eltern und Lehrpersonen durch das BSV im Rahmen von lokalen Aktionen genannt. Ausserdem solle das BSV im Rahmen von Jugend und Medien vermehrt gezielt mit einzelnen Akteuren zusammenarbeiten, beispielsweise mit dem Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit (DOJ), dem Verband Kinderbetreuung Schweiz (kibesuisse) oder dem Schweizerischen Spielgruppen-Leiter/-innen Verband (SSLV). Es werden auch neue, noch zu gründende Gefässe vorgeschlagen, beispielsweise ein nationales Netzwerk für Medienpädagogen/-innen.

I Ergebnisse aus den Experteninterviews

Die Veranstaltungen des BSV werden von denjenigen Personen, welche diese besucht haben, als qualitativ hochstehend, nützlich und wirksam erachtet. Explizit erwähnt werden die langen Pausen zwischen den inhaltlichen Blöcken, welche den Teilnehmenden Zeit für informelle Gespräche und die Pflege von Netzwerken böten. Eine interviewte Vertretung der Kantone stellt fest, dass nach wie vor zu wenig Personen aus dem Volksschulbereich an den Veranstaltungen teilnahmen. Es bestünde durchaus Bedarf, denn die Schulen müssten sich mit der Frage auseinandersetzen, wie sich das Thema Jugend und Medien in ihren Prozessen niederschlage, wie das Thema gemäss Lehrplan 21 umgesetzt werde usw. Um die Teilnahme der Akteure der Volksschule zu verbessern, schlägt die Person eine engere Zusammenarbeit mit dem Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz vor.

Die Menge der angebotenen Veranstaltungen wird von den meisten Interviewten als ausreichend beurteilt. Zwei Personen wünschen sich zusätzlich eine grössere Veranstaltung pro Jahr. Die Bedürfnisse werden aus Sicht der Interviewpartner/-innen mit den vorhandenen Gefässen grundsätzlich abgedeckt. Es zeigt sich auch in den Interviews, dass der Unterschied zwischen dem Netzwerk Medienkompetenz Schweiz und dem Nationalen Fachforum Jugend und Medien nicht genügend klar ist.

Bei den Gefässen, die im Rahmen der Schwerpunktthemen geschaffen wurden (Runde Tische und Think Tank Sexualität und Internet, Austauschtreffen Extremismus und Radikalisierung), werden in den Interviews vor allem die Produkte, die bisher aus diesen Gefässen hervorgegangen sind, genannt. Die Qualität und der Nutzen dieser Produkte wird als hoch eingeschätzt.

In den Interviews wird der grosse Nutzen der Aktivitäten im Handlungsfeld «Koordination und Vernetzung» hervorgehoben. Durch die Veranstaltungen werde die Vernetzung mit bestehenden und neuen Kontakten er-

¹² Für eine bessere Verständlichkeit wurden in der Online-Befragung die Wirkungen der Leistungen in den Handlungsfeldern 2 und 4 nicht getrennt abgefragt und dieser zusammengefügte Tätigkeitsbereich wurde in der Befragung «Unterstützung und Vernetzung von Stakeholdern» genannt.

möglichst und gestärkt. Die Interviewpartner sind der Meinung, viele dieser Kontakte würden ohne die Veranstaltungen nicht zustande kommen. Das BSV solle weiterhin vernetzen und koordinieren; diese Aufgabe sei stets wichtig, weil es immer wieder neue Akteure im Feld gebe.

In einem Interview wurde darauf hingewiesen, dass das BSV in Zukunft das «Beziehungsmanagement» noch bewusster gestalten sollte. Es sei zwar gut, beispielsweise bei einer Erstansprache (z.B. beim Start in ein neues Schwerpunktthema) breit einzuladen. Danach müsse jedoch bewusst überlegt werden, inwieweit beispielsweise kleine und grosse Organisationen unterschiedlich angesprochen und unter Umständen mit anderen Rollen betraut werden sollten.

Die Verantwortlichen des BSV selbst stellen fest, dass sich die Gefässe grundsätzlich bewährt haben. Die Veranstaltungen, insbesondere die Fachforen, seien sehr beliebt. Aus diesem Grund möchte man diese in Zukunft gerne häufiger, zum Beispiel alle drei Jahre, durchführen. Die Netzwerktreffen könnten dann dazwischengeschaltet werden, mit einem Rhythmus von 18 Monaten.

3.5 Ressourceneinsatz

In diesem Abschnitt wird auf die Ressourcen eingegangen, die das BSV für die Aktivitäten im Rahmen von Jugend und Medien einsetzt. Es geht dabei sowohl um Personalressourcen als auch um Sach- und weitere Kosten. Zunächst werden die eingesetzten Ressourcen beschrieben. Anschliessend wird die Beurteilung der Ressourcenausstattung, basierend auf den Interviews, dargestellt.

3.5.1 Beschreibung der Ressourcen

Die folgende Darstellung führt die eingesetzten Mittel im Evaluationszeitraum nach Art der Kosten auf.

D 3.13: Budget für Jugend und Medien 2016–2019		
<i>Art der Kosten</i>	<i>Beschreibung</i>	<i>Betrag (in CHF)</i>
Personalkosten	Lohnsumme der Personen beim BSV, die im Bereich Jugend und Medien Arbeitsleistungen erbringen	1'041'165.–
Sachkosten	Gesamtkosten für Printpublikationen des BSV im Bereich Jugend und Medien (z.B. Broschüren, Flyer)	85'905.–*
	Gesamtkosten für digitale Aktivitäten des BSV im Bereich Jugend und Medien (z.B. Webseite, Soziale Medien)	597'533.–**
	Summe der Sachkosten für Anlässe des BSV (z.B. Fachforum, Netzwerktreffen)	146'368.–
Projektkosten	Summe der Beiträge für Pilotprojekte im Bereich Jugend und Medien	285'500.– (Sexualität und Internet: 125'500.–, Extremismus und Radikalisierung: 160'000)
	Summe der Kosten für Projektevaluationen im Bereich Jugend und Medien (Evaluation Pilotprojekte Extremismus und Radikalisierung)	80'000.–
	Summe der Beiträge für Forschungsarbeiten, Studien usw. (MIKE-Studie, Studie EU Kids Online, MEKiS-Studie, Compulsive Internet Use Scale [CIUS]), Interface)	351'765.–

Andere Beiträge an Dritte	Summe der Beiträge an Veranstaltungen Dritter	38'587.–
	Summe der Beiträge an Publikationen von Dritten (Lehrmittel, Unterrichtseinheiten usw.)	268'300.–
Summe		2'895'123–

Legende: Dem BSV stehen insgesamt 1,6 Vollzeitstellen für die Umsetzung von Jugend und Medien zur Verfügung. Lohnsumme inklusive Arbeitgeberbeiträge. * = Inklusive Kosten für Textredaktion, Fotos, Grafikarbeiten von Broschüren. Sämtliche Printkosten laufen über das Bundesamt für Bauten und Logistik BBL und werden nicht über den Jugend-und-Medien-Kredit verrechnet. ** = Darin inbegriffen: Technik Webseite, Social Media-Manager D und F, externe Redakteurin Texte Webseite, grosser Relaunch Webseite 2018 (z.B. Fotoshooting Bilder für Webseite, neue Webseiten-Struktur usw., 108'000 Franken für die Produktion von 360-Grad-Videos).

Quelle: Darstellung Interface, basierend auf Angaben des BSV.

Die Darstellung zeigt, dass sich die Kosten für die Aktivitäten im Rahmen von Jugend und Medien und deren Umsetzung im Evaluationszeitraum auf rund 2,9 Millionen Franken beliefen. Neben den Personalkosten fallen vor allem die Kosten für die digitalen Aktivitäten aufgrund des Relaunchs der Webseite (Handlungsfeld 1), die Beiträge für Forschungsarbeiten und Studien (Handlungsfeld 3), die Beiträge an Publikationen von Dritten (Handlungsfeld 2) und die Beiträge für die Unterstützung von Pilotprojekten (Handlungsfeld 3) ins Gewicht.

3.5.2 Beurteilung des Ressourceneinsatzes durch die beteiligten Akteure

Die Beurteilung der Ressourcen der Massnahmen im Rahmen von Jugend und Medien durch die Adressaten basiert auf den Interviews. Allerdings muss dazu bemerkt werden, dass, mit Ausnahme von Mitgliedern der Kerngruppe, die Interviewpartner/-innen in der Regel nicht wussten, wie viele personelle und finanzielle Ressourcen tatsächlich für Jugend und Medien zur Verfügung stehen. Das Evaluationsteam hat deshalb in den Interviews das zur Verfügung stehende Budget genannt.

F10: Waren die Ressourcen angesichts der geplanten Leistungen angemessen?

F11: Wurden die Ressourcen zielgerichtet und effizient eingesetzt?

F12: Als wie effektiv sind die erbrachten Leistungen angesichts der eingesetzten Ressourcen zu beurteilen?

Ergebnisse aus den Experteninterviews

Die Interviewpartner/-innen sind allesamt der Meinung, das BSV habe mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen das Maximum herausgeholt. Sie sprechen von einem positiven Kosten-Nutzen-Verhältnis.

Die personelle Ausstattung wird von vielen Interviewpartnern/-innen als nicht ausreichend beurteilt. Auch die finanzielle Ausstattung wird als eher knapp beurteilt. Die interviewten Personen sind nahezu einhellig der Ansicht, dass die Aktivitäten des erzieherischen Jugendmedienschutzes unbedingt weitergeführt werden müssten, dass der Bund die Ressourcen erhöhen und mehr Mittel für den erzieherischen Jugendmedienschutz zur Verfügung stellen sollte. Viele fügen an, dass die Sensibilisierungsarbeiten ausgeweitet werden sollten. Dadurch würde der Multiplikationseffekt grösser. Auch ausserhalb der Schwerpunktthemen sollte das BSV die Möglichkeit haben, (Pilot-)Projekte von Multiplikatoren/-innen (z.B. Fachverbände) noch stärker zu unterstützen (finanziell oder/und durch fachliche Begleitung,) und mit ihnen noch mehr im Dialog zu sein; denn die Mitarbeitenden des BSV seien Expertinnen im Jugendmedienschutz. Die Vernetzung der Akteure sei ebenfalls enorm wichtig und das BSV sollte mit mehr Ressourcen ausgestattet werden, um diese Aktivitäten noch zu verstärken.

Eine interviewte Person ist der Ansicht, dass der Bund zwar viel ins Thema der Digitalisierung investiere. Dabei dürfe jedoch der Fokus nicht lediglich auf wirtschaftliche Bereiche gerichtet werden und im Bereich Jugendmedienschutz sollten mehr Ressourcen eingesetzt werden. Beim BSV sollten drei bis vier Vollzeitstellen für die Bearbeitung des Themas geschaffen werden.

3.6 Fazit des Evaluationsteams zum Output

Bei den *Leistungen* wurde im Zuge der Evaluation deren *Angemessenheit* überprüft. Es wurde untersucht, welche Leistungen in welchem Umfang für wen erbracht werden, wie diese Leistungen genutzt werden und ob die Leistungen von den Nutzenden als relevant, ausreichend und nützlich wahrgenommen werden.

Basierend auf den Erhebungen lässt sich feststellen, dass die Leistungen grundsätzlich angemessen sind. Bei einzelnen Leistungen beziehungsweise einzelnen Handlungsfeldern deutet die Evaluation auf Optimierungsmöglichkeiten hin.

Über alle Handlungsfelder hinweg betrachtet, fällt die Beurteilung der Aktivitäten und Massnahmen des BSV positiv bis sehr positiv aus. Dies gilt insbesondere für die Leistungen im Handlungsfeld 1 «Information und Sensibilisierung» und im Handlungsfeld 4 «Koordination und Vernetzung», die gut bekannt sind und als wichtig und nützlich beurteilt und breit genutzt werden.

Deutlich weniger bekannt und seltener genutzt sind die Leistungen im Handlungsfeld 2 «Unterstützung der Stakeholder». Trotzdem sind aus Sicht des Evaluationsteams Leistungen in diesem Handlungsfeld nach wie vor wichtig, weil dadurch auch Dritte Aktivitäten durchführen und Produkte erstellen können, selbst wenn diese in keines der aktuell gewählten Schwerpunktthemen passen und beispielweise eher themenübergreifend konzipiert sind. Das zur Unterstützung der Stakeholder vorgesehene Angebot der finanziellen Unterstützung von Partizipations- und Modellprojekten, das vom BSV bisher nicht proaktiv ausgeschrieben wurde, deckt sich mit den Pilotprojekten im Handlungsfeld «Wissensaufbau». Hier sieht das Evaluationsteam gewissen Klärungsbedarf.

Beim Handlungsfeld 3 «Wissensaufbau» zeigt sich, dass die aus der entsprechenden Unterstützung entstandenen Produkte bei der breiten Adressatenschaft unterschiedlich bekannt sind. Breite Bekanntheit erreicht vor allem die MIKE-Studie. Die Ergebnisse weisen ausserdem darauf hin, wie wichtig die Unterstützung von Pilotprojekten ist. Diese Leistung wird von den Befragten als zentrale und nachhaltig wirksame Massnahme beurteilt, die unbedingt weitergeführt und sogar ausgebaut werden soll.

In Bezug auf die *Ressourcen* wurde die *leistungs- und wirkungsbezogene Effizienz* betrachtet. Die Evaluationsergebnisse zeigen auf, dass die Ressourcen für Jugend und Medien effizient eingesetzt werden. Für die Beurteilung der Ressourcen dienen als empirische Grundlage die Daten- und Dokumentenanalyse und die Interviews. Durch diese Erhebungen lässt sich feststellen, dass das BSV mit einer, aus Sicht der interviewten Experten/-innen eher geringen personellen Ausstattung eine grosse Zahl an Leistungen erbringt, qualitativ hochwertige Produkte erstellt, gute Veranstaltungen realisiert, die diversen Akteure im Feld miteinander vernetzt und zur Koordination von bestehenden Massnahmen beiträgt. Der durchschnittliche Mitteleinsatz von rund 725'000 Franken pro Jahr (vgl. Budget 2016–2019 in Darstellung D 3.13) scheint angesichts des grossen Umfangs der Leistungen vertretbar.

4. Ergebnisse zu den Wirkungen der Massnahmen

Im Kapitel 4 werden einerseits die Wirkungen bei den Adressaten der Massnahmen von Jugend und Medien (Abschnitt 4.1) und andererseits der Beitrag der Massnahmen im Hinblick auf die Vision (Abschnitt 4.2) aufgeführt. Am Ende des Kapitels wird ein Fazit betreffend die Wirkungen gezogen (Abschnitt 4.3).

4.1 Wirkungen bei den Adressaten der Massnahmen (Outcome)

Zuerst werden die Ergebnisse zur Beantwortung folgender Fragestellung aufgeführt:

F13: Inwiefern können mit den umgesetzten Leistungen die anvisierten Wirkungen bei den Adressaten erreicht werden?

I Ergebnisse aus der Online-Befragung

In der Online-Befragung wurden generelle Wirkungen von Jugend und Medien und einige spezifische Wirkungen einzelner Leistungen erhoben.

Zunächst wurden die Befragungsteilnehmenden gefragt, inwieweit sich *ihre eigenen Aktivitäten* durch die Leistungen von Jugend und Medien seit 2016 verändert haben. 30 Prozent aller 513 Antwortenden (Bezugspersonen¹³ und Multiplikatoren/-innen) stellen fest, dass ihre Institution durch die Leistungen aktiver geworden ist. 43 Prozent schätzen sich gleich aktiv ein wie zuvor. Und 2 Prozent sind der Meinung, ihre Aktivitäten hätten eher abgenommen. Weitere 25 Prozent können diese Frage nicht beantworten.

Anschliessend wurden diejenigen Teilnehmenden, die ihre Aktivitäten dank Jugend und Medien verstärkt haben, gebeten, diese anhand einer Zustimmung zu verschiedenen Aussagen zu konkretisieren («Was haben Sie konkret getan?»). Darstellung D 4.1 zeigt, welche Aktivitäten die Befragten aufgrund von Jugend und Medien verstärkt haben.

D 4.1: Wirkungen von Jugend und Medien auf die Aktivitäten der Adressaten

	Bezugspersonen (n = 66)	Multiplikatoren/-innen (n = 86)
Ver mehrt Informationsmaterial zum Jugendmedienschutz abgegeben	82%	61%
Ver mehrt direkte Bezugspersonen von Kindern und Jugendlichen (Eltern, Lehrpersonen usw.) zum Thema Jugendmedienschutz beraten	80%	54%
Ver mehrt Anlässe zum Thema Jugend und Medien durchgeführt oder daran mitgewirkt	50%	44%
Unsere eigenen Materialien oder Angebote zum Jugendmedienschutz überprüft und/oder aktualisiert	39%	49%
Ver mehrt Personen an geeignete Stellen verwiesen bei Fragen zum Jugendmedienschutz	33%	40%
Ver mehrt die Zusammenarbeit mit anderen Akteuren im Bereich Jugendmedienschutz gesucht	20%	45%
Ver mehrt Öffentlichkeitsarbeit (Medienarbeit, Publikationen, Kampagnen usw.) zum Thema Jugendmedienschutz betrieben	20%	40%

¹³ Nur Lehrpersonen und weitere professionell Tätigen mit Direktbezug zu Kindern und Jugendlichen (ohne Eltern/Erziehungsberechtigte).

Ver mehrt unsere Aktivitäten (Schulungen, Veranstaltungen usw.) mit anderen im Bereich Jugendmedienschutz tätigen Akteuren abgestimmt 24% 29%

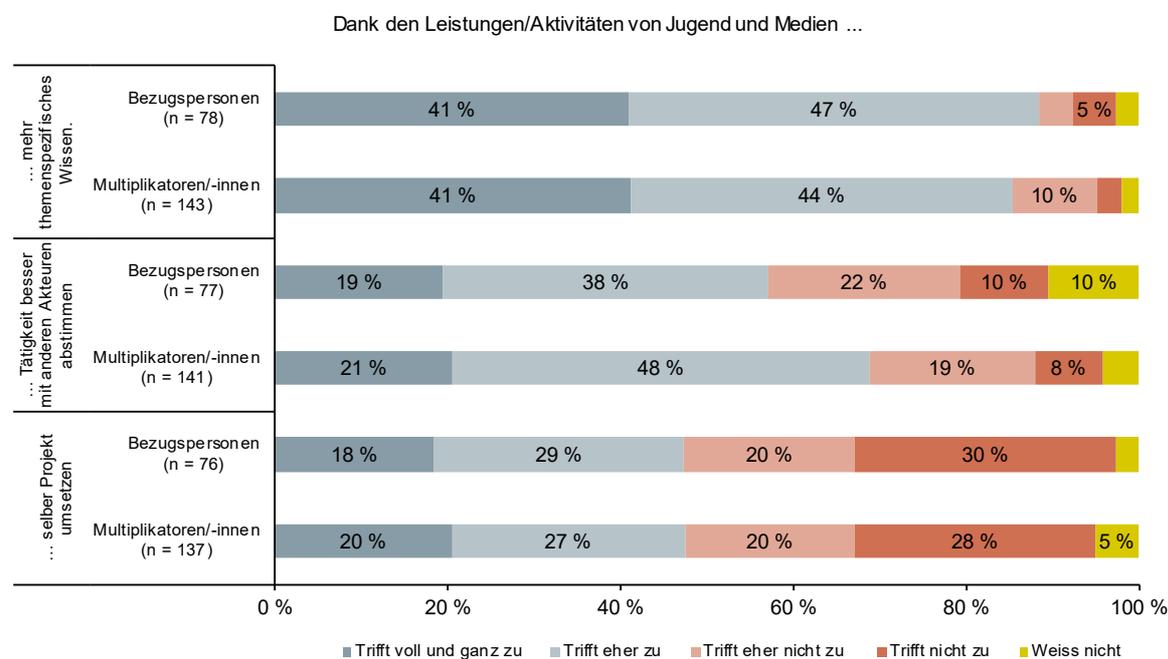
Legende: Mehrfachantworten waren möglich. Bei den Bezugspersonen wurde diese Frage nur den Lehrpersonen und weiteren professionell Tätigen mit Direktbezug zu Kindern und Jugendlichen (ohne Eltern/Erziehungsberechtigte) gestellt. Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Wie in dieser Darstellung ersichtlich ist, wird von beiden Gruppen am häufigsten angegeben, dass sie «ver mehrt Informationsmaterial zum Jugendmedienschutz abgegeben» und «ver mehrt direkte Bezugspersonen von Kindern und Jugendlichen (Eltern, Lehrpersonen usw.) zum Thema Jugendmedienschutz beraten» haben. Bei den Bezugspersonen werden diese Wirkungen von 82 beziehungsweise 80 Prozent der Personen bestätigt. Bei den Multiplikatoren von 61, respektive 54 Prozent. Die höchsten Werte bezüglich der Wirkungen werden also bei den Bezugspersonen erreicht.

Neben diesen allgemeinen Wirkungen von Jugend und Medien wurde auch nach Wirkungen der Leistungen im Handlungsfeld 2 «Unterstützung der Stakeholder», im Handlungsfeld 3 «Wissensaufbau» und im Handlungsfeld 4 «Koordination und Vernetzung». Die Ergebnisse werden in den nachfolgenden beiden Darstellungen D 4.2 und D 4.3 dargelegt.

Für eine bessere Verständlichkeit wurden in der Online-Befragung die Wirkungen der Leistungen in den Handlungsfeldern 2 und 4 nicht getrennt abgefragt und dieser zusammengefügte Tätigkeitsbereich wurde in der Befragung «Unterstützung und Vernetzung von Stakeholdern» genannt. Die folgende Darstellung D 4.2 zeigt die Ergebnisse dazu auf:

D 4.2: Wirkungen der Leistungen von Jugend und Medien zur Unterstützung und Vernetzung von Stakeholdern (Handlungsfelder 2 und 4)



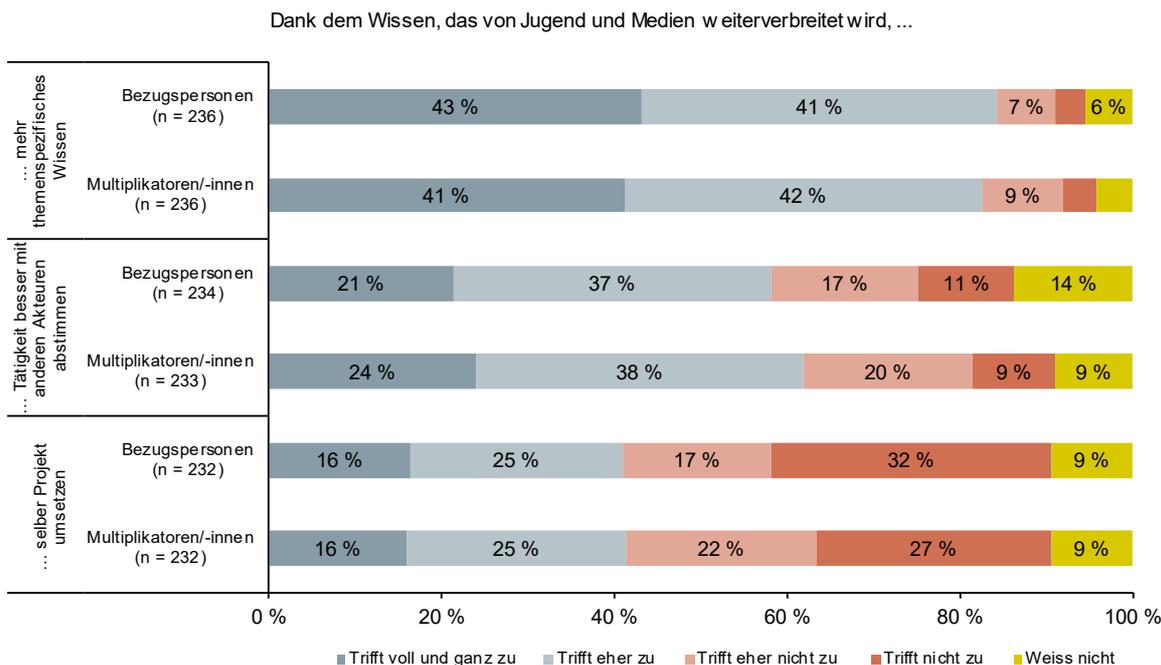
Legende: Diese Frage wurde nur denjenigen Personen gestellt, die Leistungen in diesem Handlungsfeld genutzt haben. Bei den Bezugspersonen wurde den Eltern und Erziehungsberechtigten diese Frage nicht gestellt. Die Aussagen wurden absteigend nach der Summe der Anteile der «Trifft zu»- und «Trifft eher zu»-Antworten geordnet. Werte unter 5 Prozent sind nicht beschriftet.

Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Diese Ergebnisse zeigen auf, dass die meisten Befragten der Aussage zustimmen, wonach die Leistungen zur Unterstützung und Vernetzung von Stakeholdern dazu führen, dass sie über mehr themenspezifisches Wissen verfügen, das für ihre Tätigkeit wichtig ist (85 bzw. 88%). Am wenigsten stimmen die Befragten der Wirkung zu, dass durch die Leistungen die Planung oder Umsetzung eigener Projekte angeregt worden sei. Auch dieser Wirkung stimmt aber immer noch fast die Hälfte der Befragten zu.

Die folgende Darstellung illustriert die Antworten in Bezug auf die Wirkungen der Leistungen im Handlungsfeld «Wissensaufbau».

D 4.3: Wirkungen der Leistungen im Handlungsfeld 3 «Wissensaufbau»



Legende: Diese Frage wurde nur denjenigen Personen gestellt, die Leistungen in diesem Handlungsfeld genutzt haben. Bei den Bezugspersonen wurde den Eltern und Erziehungsberechtigten diese Frage nicht gestellt. Die Aussagen wurden absteigend nach der Summe der Anteile der «Trifft zu»- und «Trifft eher zu»-Antworten geordnet. Werte unter 5 Prozent sind nicht beschriftet.

Quelle: Online-Befragung Interface, Befragungszeitraum: 8. bis 24. Januar 2020.

Wie in dieser Darstellung ersichtlich ist, zeigt sich bei den Wirkungen der Leistungen bezüglich Wissensaufbau ein ähnliches Bild wie bei der Unterstützung und Vernetzung von Stakeholdern: Dass Wissen durch das BSV weiterverbreitet wurde, hat bei über 80 Prozent der Antwortenden dazu geführt, dass sie über mehr themenspezifisches Wissen verfügen, das für ihre Arbeit relevant ist. Rund 60 Prozent der Befragten stellten fest, dass das erhaltene Wissen dazu beitrug, dass sie ihre Tätigkeiten besser mit anderen abstimmen können. Knapp über 40 Prozent wurden hingegen zur Umsetzung eines eigenen Projekts angeregt.

I Ergebnisse aus den Experteninterviews

In den Interviews wurde gefragt, ob und welche Wirkungen bei den Adressaten beobachtet werden. Zudem wurde die Langfristigkeit respektive die Nachhaltigkeit dieser Wirkungen thematisiert.

Es wurden folgende allgemeine Wirkungen von Jugend und Medien genannt:

- Die Aktivitäten des BSV, vor allem Vernetzungsaktivitäten, aber auch Grundlagen, wie etwa das Haltungspapier zu Sexualität und Internet, hätten bei den Multiplikatoren/-innen zu einer gemeinsamen Haltung geführt. Durch den Fokus auf die Stärkung der Kompetenzen der Kinder und Jugendlichen im Um-

gang mit digitalen Medien werden heute neben den Risiken vermehrt auch die Chancen der digitalen Medien erkannt. Ein Zeichen dafür sei, dass dies im Lehrplan 21 abgebildet ist.

- Die Aktivitäten im Rahmen von Jugend und Medien hätten den Adressaten Zugang zu neuen Zielgruppen (z.B. vulnerable Zielgruppen, bspw. Eltern aus der Migrationsbevölkerung) ermöglicht.
- Jugend und Medien habe zu einem Paradigmenwechsel bei den Eltern geführt: Von Verbot der Nutzung digitaler Medien hin zur aktiven Begleitung der Kinder und Jugendlichen bei deren Nutzung.

Es wurden verschiedene Wirkungen genannt, die sich den Leistungen in den verschiedenen Handlungsfeldern zuordnen lassen.

Die deutlichste Wirkung der Leistungen im *Handlungsfeld 1 «Information und Sensibilisierung»* welche die Interviewten identifizieren, ist die Sensibilisierung und Steigerung der Kompetenzen der Fachpersonen. Die Broschüren und der Flyer würden bei der Erarbeitung eigener Grundlagen genutzt. Die Wirkungen der Massnahmen in diesem Handlungsfeld werden grösstenteils als nachhaltig bezeichnet. Sie hätten einen grossen Multiplikationseffekt. Eine wichtige Voraussetzung dafür sei, dass die Produkte ständig weiterentwickelt und aktualisiert würden und auch neue Akteure im Feld proaktiv angegangen würden.

Die Interviewpartner/-innen geben allerdings zu bedenken, dass das Thema allgemein sehr präsent sei und es zahlreiche Einflüsse und Akteure gäbe (z.B. die Tagesmedien, Anbieter aus anderen Ländern), weshalb es schwierig sei, den Anteil von Jugend und Medien an dieser Wirkung zu quantifizieren.

Auch die Leistungen im *Handlungsfeld 4 «Koordination und Vernetzung»* werden als sehr nützlich und wirksam beurteilt. Durch die Veranstaltungen komme man mit wichtigen anderen Akteuren in Kontakt, treffe auch Personen, die man ohne diese Veranstaltungen nicht treffen würde, und könne Netzwerke pflegen und erweitern.

Diejenigen Interviewpartner/-innen, die eine BSV-Förderung für ein Pilotprojekt erhalten haben, sehen eine grosse Wirksamkeit dieser Förderung und der Projekte an sich, also der Leistungen im *Handlungsfeld 3 «Wissensaufbau»*. Ohne die Förderung könnten Projekte nicht in dieser Form geplant und durchgeführt werden. Beispielsweise konnte in einem Fall dank der Förderung die vulnerable Zielgruppe der Eltern aus der Migrationsbevölkerung angesprochen werden. Zudem wurde als Wirkung der Aktivitäten im Schwerpunktthema «Extremismus und Radikalisierung» festgestellt, dass das Thema Eingang in die Praxis gefunden habe. Die Projektförderung wird als eine nachhaltige und wirksame Massnahme beurteilt, da sie das Verfolgen innovativer Ideen bei den unterstützten Organisationen ermögliche. Ebenfalls im Zusammenhang mit den Aktivitäten im Handlungsfeld «Wissensaufbau» stellt eine Person fest, dass diese zu einer Stärkung der empirischen Forschung im Bereich Jugendmedienschutz führe.

In den Interviews wurden keine Wirkungen genannt, die sich direkt den Leistungen im *Handlungsfeld 2 «Unterstützung der Stakeholder»* zuordnen lassen.

F14: Inwieweit konnten insgesamt wichtige Akteure mobilisiert und dabei unterstützt werden, eine aktivere Rolle bei der Förderung von Medienkompetenzen einzunehmen? Welche waren diesbezüglich deren konkrete Aktivitäten?

Im Gegensatz zur Fragestellung 13 geht es bei der Fragestellung 14 nicht um die Wirkungen, welche die Akteure bei sich selber feststellen, sondern um die *Wirkungen, die sie bei anderen* feststellen.

Ergebnisse aus der Online-Befragung

Die 509 Befragungsteilnehmenden wurden gefragt, ob ihnen Projekte oder Einzelaktionen von anderen Akteuren bekannt sind, die durch die Aktivitäten des BSV im Rahmen von Jugend und Medien ausgelöst wurden. 10 Prozent der Befragten geben an, solche Projekte oder Aktionen zu kennen. 58 Prozent verneinen diese Frage und 32 Prozent können sie nicht beantworten. Als konkrete Beispiele für solche Projekte oder Einzelaktionen werden von den Befragten (Freitextangaben) Produkte des Vereins zischtig.ch, die Kartensets von Santé

Sexuelle Suisse oder die MEKiS-Studie genannt. Die meisten dieser Projekte oder Einzelaktionen richten sich gemäss Befragungsteilnehmenden direkt an Kinder und Jugendliche, an Eltern oder Erziehungsberechtigte oder an professionell Tätige in den Bereichen Erziehung, Beratung und non-formale Bildung. Etwas weniger häufig richten sich diese Projekte an Lehrpersonen.

I Ergebnisse aus den Experteninterviews

Die Interviewergebnisse weisen darauf hin, dass vor allem die Vernetzungsaktivitäten zur stärkeren Mobilisierung wichtiger Akteure geführt haben. Teilweise sind aber auch andere Leistungen dafür verantwortlich. Zum Beispiel hätten auch die verfügbaren Unterlagen und Informationen dazu geführt, dass die Polizei die «goldenen Regeln» aus dem Flyer «Die wichtigsten Tipps für den sicheren Umgang mit digitalen Medien» kenne und sich an den Schulen aktiver einbringe.

4.2 Beitrag der Massnahmen von Jugend und Medien im Hinblick auf die Vision (Impact)

Die Massnahmen von Jugend und Medien zeigen nicht nur bei den Adressaten der Massnahmen Wirkungen, sondern leisten auch einen Beitrag an die Erreichung der langfristigen Zielsetzung (Vision), die lautet, dass «Jugend und Medien dazu beitragen will, Kinder und Jugendliche zu befähigen, kompetent mit den Chancen und Risiken digitaler Medien umzugehen». Dies betrifft also Wirkungen bei der Endzielgruppe der Kinder und Jugendlichen. Basierend auf den Ergebnissen der Online-Befragung und der Interviews wird auf solche übergeordneten Wirkungen im Folgenden eingegangen.

F15: Welche langfristigen Wirkungen im Sinne der Konzeption haben die Adressaten und relevante Umsetzungsakteure festgestellt, insbesondere bei der Endzielgruppe der Kinder und Jugendlichen?

I Ergebnisse aus der Online-Befragung

In der Online-Befragung beurteilten die Befragten, inwiefern die Massnahmen von Jugend und Medien dazu beitragen, dass Kinder und Jugendliche (Endzielgruppe) befähigt werden, kompetent mit den Chancen und Risiken digitaler Medien umzugehen. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen (N = 613):

- 74 Prozent sind der Meinung, die Massnahmen leisten einen grossen (23%) oder eher grossen (51%) Beitrag.
- 17 Prozent sind der Meinung, sie leisten einen kleinen (2%) oder eher kleinen (15%) Beitrag.
- 0,5 Prozent sind der Meinung, sie leisten keinen Beitrag und 9 Prozent können die Frage nicht beantworten.

Sowohl die Bezugspersonen (die Frage wurde allen Bezugspersonen gestellt, inkl. Eltern/Erziehungsberechtigten) als auch die Multiplikatoren/-innen schätzen den Beitrag von Jugend und Medien zur Kompetenzerweiterung bei Kindern und Jugendlichen hoch ein: 72 Prozent der Bezugspersonen (n = 313) und 77 Prozent der Multiplikatoren/-innen (n = 300) sehen einen grossen/eher grossen Beitrag. Bei den Bezugspersonen haben die professionell Tätigen mit Direktbezug zu Kindern und Jugendlichen (Jugendarbeitende, Sozialpädagogen/-innen usw.) am positivsten bewertet (75%, n = 128). Der niedrigste Wert, der jedoch immerhin noch 65,8 Prozent beträgt, ist bei den Lehrpersonen (n = 76) zu verzeichnen. Bei den Multiplikatoren/-innen haben die Mitarbeitenden der Bundesverwaltung am positivsten bewertet, wobei nur 11 Personen aus dieser Gruppe die Frage beantwortet haben (91%). Mitarbeitende von kantonalen Verwaltungen (oder einer anderen hauptsächlich im Auftrag eines Kantons tätigen Institution) bewerteten am schlechtesten, jedoch immer noch sehr gut mit 73,3 Prozent (n = 116).

I Ergebnisse aus den Experteninterviews

In Bezug auf die Endzielgruppen können die Interviewpartner/-innen die Wirkungen der Leistungen von Jugend und Medien nur ansatzweise beurteilen, weil die meisten von ihnen in einer beruflichen Funktion ohne direkten Kontakt zu den Endzielgruppen tätig sind.

Eine Interviewpartnerin stellt fest, dass das BSV einen Beitrag dazu geleistet hat, dass Jugendliche sich stärker über die Risiken digitaler Medien bewusst sind. Dies wird auch von Vertretenden der Polizei festgestellt. Ein solches Bewusstsein habe in den letzten zehn Jahren bei Jugendlichen deutlich zugenommen. Die Aufklärungsarbeiten hätten sich gelohnt, die Botschaft sei bei der Endzielgruppe angekommen. Das BSV habe hierzu einen Beitrag geleistet. Andere Interviewte berichten von positiven Feedbacks von Bezugspersonen zu den Produkten des BSV, ohne aber konkrete Beispiele von Wirkungen bei Kindern und Jugendlichen nennen zu können.

4.3 Fazit des Evaluationsteams zu den Wirkungen

Zur Beurteilung der *Effektivität der Leistungen* wurde untersucht, inwiefern durch die Leistungen die angestrebten Wirkungen bei den Adressaten ausgelöst werden und ob wichtige Akteure mobilisiert und dabei unterstützt wurden, eine aktivere Rolle bei der Förderung von Medienkompetenzen einzunehmen.

Die Evaluation bestätigt die Effektivität der Leistungen. Basierend auf den Erhebungen lässt sich feststellen, dass rund ein Drittel der Multiplikatoren/-innen und professionell tätigen Bezugspersonen durch die Massnahmen von Jugend und Medien selber aktiver geworden ist. Dank Jugend und Medien geben sie vermehrt Informationsmaterial zum Jugendmedienschutz ab und beraten vermehrt direkte Bezugspersonen von Kindern und Jugendlichen (Eltern, Lehrpersonen usw.) zum Thema Jugendmedienschutz. Durch Jugend und Medien verfügen sie ausserdem über mehr themenspezifisches, relevantes Wissen. Die Koordinations- und Vernetzungsaktivitäten sind für die Multiplikatoren/-innen und professionell tätigen Bezugspersonen ebenfalls von grosser Bedeutung. Sie bewirken, dass Kontakte gepflegt und Netzwerke ausgebaut werden können.

Festzustellen sind zudem Wirkungen im Bereich der Einstellungen/Haltungen: Bei den Multiplikatoren/-innen hat Jugend und Medien vermehrt zu einer gemeinsamen Haltung und bei den Eltern zu einem Paradigmenwechsel (vom Verbot hin zur aktiven Begleitung der Kinder und Jugendlichen) geführt.

Mit der Evaluation wurde auch untersucht, inwieweit die Massnahmen von Jugend und Medien im Hinblick *auf die langfristige Zielsetzung (Vision) wirksam* sind. Die Ergebnisse zeigen auf, dass die Massnahmen einen wertvollen Beitrag dabei leisten, die Endzielgruppe der Kinder und Jugendliche zu befähigen, kompetent mit den Chancen und Risiken digitaler Medien umzugehen. Sowohl die Bezugspersonen (inkl. Eltern/Erziehungsberechtigte) als auch die Multiplikatoren/-innen schätzen diesen Beitrag hoch ein.

5. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Aufgrund der Evaluationsergebnisse lässt sich folgern, dass sich die Umsetzung der Massnahmen des Bundes im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes in den Jahren 2016 bis 2020 gelohnt hat. Die Zufriedenheit der Beteiligten und der Adressaten mit der gewählten Stossrichtung und mit den erbrachten Leistungen ist gross, und mit der Evaluation wurden mannigfaltige Wirkungen festgestellt. Es zeigt sich, dass im erzieherischen Jugendmedienschutz nach wie vor Bedarf nach Unterstützung durch den Bund besteht, damit die Medienkompetenzen der Bezugspersonen gefördert und letztlich Kinder und Jugendliche in der Schweiz sicher und verantwortungsvoll mit digitalen Medien umgehen können. Die Evaluation hat gezeigt, dass die Bezugspersonen und Multiplikatoren/-innen aktuell insbesondere im Schwerpunktthema «Datenschutz» grossen Bedarf sehen. Sie stellen fest, dass in diesem Bereich in der Bevölkerung noch sehr wenig Wissen vorhanden ist. Das BSV hat dieses Thema bereits als neuen Schwerpunkt festgelegt und startete Anfangs 2020 mit der Umsetzung.

Nachfolgend legen wir die Schlussfolgerungen dar, die wir als Evaluationsteam aus den Evaluationsergebnissen ziehen. Damit wird die Evaluationsfragestellung 16 beantwortet: Wie sind die Stärken/Schwächen der Konzeption, Umsetzung und der Leistungen respektive die Möglichkeiten/Grenzen der Massnahmen im erzieherischen Jugendmedienschutz insgesamt zu beurteilen? Auf dieser Grundlage leiten wir Empfehlungen im Hinblick auf die Strategie für die Umsetzung des erzieherischen Jugendmedienschutzes in den Jahren 2021–2025 zuhanden BSV ab (Evaluationsfragestellung 17).

5.1 Schlussfolgerungen und Empfehlungen des Evaluationsteams

I Das Konzept hat sich bewährt

Die Evaluationsergebnisse weisen darauf hin, dass sich die Konzeption der Massnahmen im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes gut bewährt hat. Die Ziele und Schwerpunktthemen, die Adressaten, die Umsetzung und die Leistungen sind aufeinander abgestimmt und ergeben ein kohärentes Gesamtkonzept, das weitestgehend wie vorgesehen umgesetzt wird und von den Beteiligten und Adressaten als richtig befunden wird. Bewährt hat sich auch die thematische Flexibilität, die es erlaubt, auf gesellschaftliche Entwicklungen im Bereich Jugend und Medien einzugehen. Die partizipative Arbeitsweise der Mitarbeitenden des BSV und die gute Kommunikation mit den Stakeholdern wird sehr geschätzt und das BSV hat zweckmässige Umsetzungsstrukturen geschaffen.

Gewisser Handlungsbedarf besteht bei den Bezeichnungen und den Funktionen der verschiedenen Gefässe (Veranstaltungen, Arbeitsgruppen). Vielen Adressaten ist beispielsweise nicht klar, inwiefern sich ein nationales Fachforum von einem Anlass des Netzwerks Medienkompetenz Schweiz unterscheidet. Es gibt bei Jugend und Medien ausserdem diverse, im Kontext der verschiedenen Schwerpunktthemen entstandene Gefässe mit ähnlicher Funktion, die unterschiedlich bezeichnet werden (Runder Tisch, Think Tank, Expertengruppe usw.). Insbesondere bei den Veranstaltungen sehen wir Handlungsbedarf und gehen davon aus, dass eine eindeutige Namensgebung (was auch eine Zusammenführung der beiden Veranstaltungsarten gleichkommen kann) einer noch grösseren Profilierung von Jugend und Medien zuträglich sein und die Aufmerksamkeit für diese «Marke» gesteigert werden kann. Dies führt zu folgender Empfehlung:

Empfehlung 1: Bewährtes Konzept weiterführen und das Profil von Veranstaltungen klarer definieren

Aufgrund der sehr hohen Zufriedenheit der Adressaten mit den umgesetzten Massnahmen und den von ihnen festgestellten Wirkungen empfehlen wir dem BSV, die Massnahmen im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes weiterzuführen und die bisherige thematische Flexibilität und die partizipative Arbeitsweise

beizubehalten, damit auch in Zukunft auf aktuelle Entwicklungen im Bereich Jugend und Medien reagiert werden kann. Unabhängig von den Themenfeldern soll weiterhin die Erreichung vulnerabler Zielgruppen angestrebt werden.

Die Bezeichnungen und spezifischen Funktionen der verschiedenen Gefässe (Veranstaltungen, Arbeitsgruppen) sollen klarer definiert und kommuniziert werden. Dadurch wird der Wiedererkennungseffekt verstärkt und die Aufmerksamkeit erhöht. Wir empfehlen, insbesondere die beiden Gefässe Nationales Fachforum und Netzwerk Medienkompetenz Schweiz entweder klarer voneinander abzugrenzen, oder diese zu einem einzigen Gefäss zusammenzuführen.

I Die Leistungen von Jugend und Medien sind nützlich

Das BSV erbringt trotz den eher knappen personellen Ressourcen eine Vielzahl an qualitativ hochstehenden Leistungen und erreicht damit die anvisierten Adressaten grossmehrheitlich gut. Die Leistungen werden von den Adressaten insgesamt sehr positiv bewertet und sollen unbedingt weitergeführt oder sogar mithilfe von zusätzlichen Ressourcen ausgebaut werden. Dem BSV gelingt es gut, mit einem partizipativen Vorgehen sehr unterschiedliche Akteure miteinander zu vernetzen und sie in die Umsetzung von Massnahmen einzubinden. Die Leistungen lösen verschiedene erwünschte Reaktionen bei den Adressaten aus und können als effektiv bezeichnet werden. Durch gewisse Anpassungen liessen sich diese Wirkungen aus unserer Sicht weiter verstärken. Dies betrifft insbesondere die Leistungen im Handlungsfeld 2 «Unterstützung der Stakeholder». Diese dienten ursprünglich dazu, die Stakeholder zu mobilisieren und zu aktivieren. Dies ist heute umgesetzt. Die Leistungen in diesem Handlungsfeld sind wenig profiliert, viele Akteure kennen diese Leistungen nicht und sie entsprechen möglicherweise nicht mehr den Bedürfnissen der Stakeholder. Es zeigt sich auch eine geringe Nutzung der entsprechenden Angebote. Beispielsweise wurden im Evaluationszeitraum keine Gesuche zur Unterstützung von Partizipations- und Modellprojekten gestellt, obwohl diese Möglichkeit konzeptionell vorgesehen ist. Das BSV hat diese Unterstützungsmöglichkeit bisher nicht proaktiv ausgeschrieben und es gibt konzeptionell eine gewisse Unschärfe respektive Doppelspurigkeit mit den Ausschreibungen des BSV zur Unterstützung von Pilotprojekten im Handlungsfeld «Wissensaufbau». Denn bei den Pilotprojekten handelt es sich gemäss der Definition, auf die sich das BSV beruft, eigentlich um Modellprojekte. Vor diesem Hintergrund empfehlen wir Folgendes:

Empfehlung 2: Die Leistungen zur Unterstützung der Stakeholder klarer definieren, verstärken und bekannt machen

Die Leistungen zur Unterstützung der Stakeholder sollen klarer definiert und das entsprechende Angebot bei den Adressaten besser bekannt gemacht werden. Aus unserer Sicht könnte auch überlegt werden, Handlungsfelder zusammen zu legen, weil sich diese in der Praxis teilweise überschneiden. Beispielsweise könnte das Handlungsfeld 2 «Unterstützung der Stakeholder» und das Handlungsfeld 4 «Koordination und Vernetzung» zu einem Handlungsfeld «Unterstützung und Vernetzung der Stakeholder» zusammengefasst werden.

Wir empfehlen zudem, den Stakeholdern – unter Berücksichtigung des zur Verfügung stehenden Budgets – vermehrt bekannt zu machen, dass sie, wie im Konzept vorgesehen, Unterstützung für Partizipations- und Modellprojekte beantragen können. Zu diesem Zweck müssen Kriterien erarbeitet und transparent gemacht werden. Wir empfehlen, mit dieser Unterstützung weiterhin Aktivitäten zu berücksichtigen, die nicht an einen Schwerpunkt gebunden sind, sondern die Förderung der Medienkompetenzen im Allgemeinen im Fokus haben. Beispielsweise könnten mithilfe der Förderung regionale Weiterbildungen für Jugendarbeitende in Medienkompetenz konzipiert werden.

I Mehr Wirkung durch engere Zusammenarbeit mit den Stakeholdern

Die Evaluation zeigt ein ausgeprägtes Bedürfnis der Bezugspersonen und der Multiplikatoren/-innen nach häufigeren Aktionen des BSV vor Ort. Beispielsweise, dass das BSV bei Veranstaltungen mit Bezugspersonen (z.B. Lehrpersonen oder Eltern) noch stärker vor Ort in Erscheinung tritt. Aus Sicht des Evaluationsteams ist es jedoch aufgrund der bestehenden knappen personellen Ressourcen unrealistisch, dass Mitarbeitende des BSV beispielsweise an einzelnen Elternveranstaltungen teilnehmen. Das BSV stand bislang bei Veranstaltungen und der Veröffentlichung von Produkten und Hilfsmitteln selber nicht im Vordergrund, sondern wirkt eher koordinierend und als Türöffnerin und Ermöglicherin. Heute vermittelt das BSV beispielsweise Angebote von Dritten (z.B. Workshop-Angebote) und verweist bei Anfragen auf die Datenbank, anstatt solche Workshops selber anzubieten. Dies entspricht dem Konzept von Jugend und Medien, das vorsieht, dass das BSV in erster Linie eine Koordinationsfunktion innehat, Stakeholder unterstützt und Projekte und Massnahmen von Dritten ermöglicht. Diese Rolle ist weiterhin von grosser Bedeutung und sollte beibehalten und nach Möglichkeit ausgebaut werden.

Die Evaluationsergebnisse weisen auch darauf hin, dass die Zusammenarbeit mit bestimmten Akteuren, beispielsweise mit verschiedenen Dachverbänden, mit Medienpädagogen/-innen und mit Akteuren aus dem heil-, sonder- und sozialpädagogischen Bereich, intensiviert werden könnte. Dies würde die Chance bieten, um gegenseitig stärker von Ressourcen, Kompetenzen und erarbeiteten Grundlagen zu profitieren. Auch die Zusammenarbeit mit Akteuren im Tessin kann verstärkt werden. Wir empfehlen deshalb Folgendes:

Empfehlung 3: Noch enger mit den Stakeholdern zusammenarbeiten

Wir empfehlen, dass das BSV die Zusammenarbeit und den systematischen Austausch mit bestehenden Organisationen weiter ausbaut (bspw. mit Akteuren aus dem heil-, sonder- und sozialpädagogischen Bereich, dem Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit DOJ, dem Verband Kinderbetreuung Schweiz kibesuisse, mit Pro Juventute, educa oder dem Schweizerischen Spielgruppen-Leiter/-innen Verband SSLV).

Ausserdem soll geprüft werden, inwieweit regionale/lokale Stakeholder bei ihren Aktivitäten für Bezugspersonen vom BSV aktiver unterstützt werden können. Dies soll insbesondere in Absprache mit Dachverbänden, Vertretenden der Volksschule und Elternvereinigungen erfolgen.

Anhang

A 1 Liste der Interviewpartner/-innen

DA 1: Interviewpartner/-innen		
<i>Vorname Name</i>	<i>Institution</i>	<i>Akteurgruppe</i>
Christian Georges	Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin (CIIP)	Kerngruppe
Barbara Montereale	Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI	Kerngruppe
Charlotte Sgier de Cerf	Bundesamt für Kommunikation BAKOM	Kerngruppe
Joachim Zahn	Verein zischtig.ch	Schwerpunktthemen
Vincent Joris	Spezialist für extremistische Bewegungen und Ideologien	Schwerpunktthemen
Chantal Billaud	Schweizerische Kriminalprävention SKP	Kantone und interkantonale Akteure
Enrico Violi	Bildungsdirektion, Kanton Zürich	Kantone und interkantonale Akteure
Susanne Portmann	Fachstelle Fritic, Kanton Fribourg	Kantone und interkantonale Akteure
Barbara Bonetti	DECS – Centro di risorese didattiche e digitali (CERDD), Kanton Tessin	Kantone und interkantonale Akteure
Sébastien Gendre	Fondation genevoise pour l'animation socioculturelle (FASE)	Soziokulturelle Animation/Offene Kinder- und Jugendarbeit
Marcus Casutt	Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz DOJ	Soziokulturelle Animation/Offene Kinder- und Jugendarbeit
Simone Brunner	Pro Juventute	Jugend- und Familienberatung
Maria Escolar	Formation des parents	Elternbildung
Judith Matthez	Beratungsstelle Digitale Medien in Schule und Unterricht – imedias (FHNW)	Volksschule
Markus Willi	educa	Volksschule

Quelle: Darstellung Interface.

A 2 Broschüren

In dieser Darstellung findet sich die detaillierte Auswertung der Online-Befragung zur Nutzung der vier Broschüren.

DA 2: Auswertung Nutzung Broschüre						
Broschüre	Gruppe	<i>Ja, ich habe Inhalte der Broschüre bereits angewandt</i>	<i>Ja, ich habe die Broschüre weiterempfohlen</i>	<i>Ja, ich habe die Broschüre bereits abgegeben*</i>	<i>Nein, aber ich plane, die Broschüre anzuwenden, abzugeben oder weiterzuempfehlen</i>	<i>Nein</i>
Medienkompetenz – Tipps zum sicheren Umgang mit digitalen Medien	Bezugspersonen (n = 295)	68%	54%	66% (n = 193)	7%	7%
	Multiplikatoren/-innen (n = 259)	48%	57%	56%	7%	8%
	Total (n = 554)	58%	55%	60% (n = 452)	7%	7%
Medienkompetenz und Peer-Education/-Tutoring	Bezugspersonen (n = 87)	43%	49%	54% (n = 69)	7%	18%
	Multiplikatoren/-innen (n = 111)	35%	44%	41%	14%	18%
	Total (n = 198)	38%	46%	46% (n = 180)	11%	18%
Medienkompetenz im Schulalltag	Bezugspersonen (n = 187)	50%	42%	42% (n = 139)	11%	15%
	Multiplikatoren/-innen (n = 158)	41%	56%	51%	8%	11%
	Total (n = 345)	46%	48%	47% (n = 297)	10%	13%
Förderung von Medienkompetenzen in Institutionen für Kinder und Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen	Bezugspersonen (n = 64)	44%	38%	46% (n = 48)	17%	22%
	Multiplikatoren/-innen (n = 103)	40%	58%	46%	8%	21%
	Total (n = 167)	41%	50%	46% (n = 151)	11%	22%

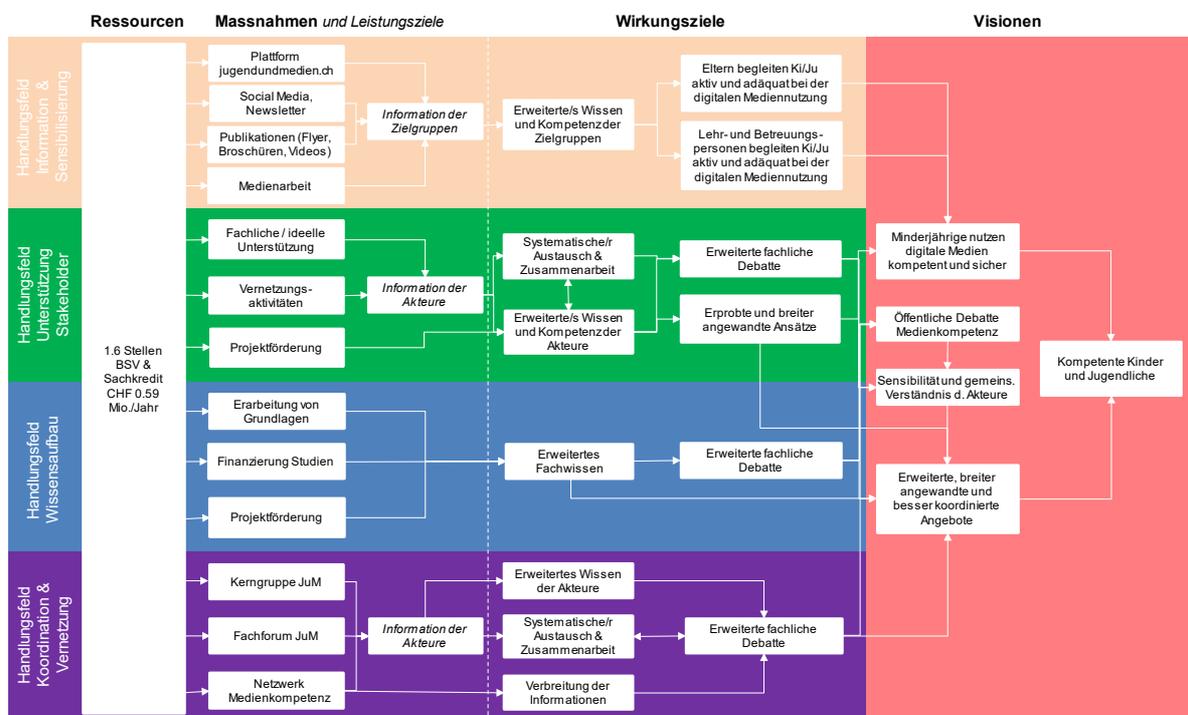
Legende: * = Bei den Bezugspersonen wurde den Eltern und Erziehungsberechtigten diese Frage nicht gestellt.

Quelle: Darstellung Interface.

A 3 Wirkungsmodell Jugend und Medien des BSV

Das Wirkungsmodell in der nachfolgenden Darstellung DA 3 zeigt einen Überblick über die Massnahmenbereiche und die damit anvisierten Wirkungen im Bereich des erzieherischen Jugendmedienschutzes im Evaluationszeitraum.

DA 3: Wirkungsmodell Erzieherischer Jugendmedienschutz 2016–2020



Quelle: BSV.

A 4 Validierung der Empfehlungen durch Stakeholder

Nachfolgend werden die Einschätzungen und Kommentare der 15 Akteure, die im Mai 2020 auf schriftlichem Weg eine Rückmeldung zu den Empfehlungen der Evaluation gaben (vgl. Abschnitt 1.3.4), zusammenfassend dargelegt.

I Empfehlung 1: Bewährtes Konzept weiterführen und das Profil von Veranstaltungen klarer definieren

Die erste Empfehlung wird, mit einer Ausnahme, von allen Stakeholdern als sinnvoll beurteilt. Bis auf zwei Personen erachten auch alle Stakeholder die Empfehlung als nachvollziehbar. Eine Person schätzt die Nachvollziehbarkeit nur als eher zutreffend ein, während für eine weitere Person Empfehlung 1 weder sinnvoll noch nachvollziehbar ist. Sie ist der Meinung, das Konzept solle stärker auf die Förderung von Medienkompetenzen im Allgemeinen und weniger auf Schwerpunktthemen fokussiert sein.

I Empfehlung 2: Die Leistungen zur Unterstützung der Stakeholder klarer definieren, verstärken und bekannt machen

Auch bei Empfehlung 2 sind die Stakeholder grossmehrheitlich der Meinung, die Empfehlung sei sinnvoll und nachvollziehbar. Zwölf Personen geben diese Einschätzung ab, aber auch die übrigen drei Personen stimmen dieser Einschätzung eher zu. Es wird einerseits angemerkt, dass die Schlüsselakteure, an die sich die Leistungen in diesem Handlungsfeld richten, identifiziert und explizit gemacht werden sollten. Andererseits wird die Meinung geäussert, dass die Bedürfnisse der Stakeholder zum jetzigen Zeitpunkt nicht klar seien und zuerst ermittelt werden müssten, bevor die Leistungen in diesem Handlungsfeld angepasst würden. Ebenfalls wird

argumentiert, dass eine Verstärkung und bessere Bekanntmachung der Leistungen mit einem Anstieg der Nachfrage einhergehen werde und damit mehr Ressourcen für dieses Handlungsfeld zur Verfügung gestellt werden müssten.

I Empfehlung 3: Noch enger mit den Stakeholdern zusammenarbeiten

Empfehlung 3 erachten die meisten Stakeholder als sinnvoll (11 Nennungen) und nachvollziehbar (9 Nennungen), für eine Person trifft diese Einschätzung eher zu. Die Zustimmung ist insgesamt geringfügig weniger deutlich als bei Empfehlung 1 und 2. Eine Person ist der Meinung, die Empfehlung treffe eher nicht zu. Zum ersten Teil der Empfehlung gibt es die Rückmeldung, dass das BSV bereits eng mit vielen Stakeholdern zusammenarbeite. Eine Person führt in ihrer Rückmeldung zum zweiten Teil der Empfehlung aus, dass es bereits sehr viele Stellen, Organisationen und Institutionen gäbe, die Angebote für Bezugspersonen bereitstellten. Eine aktivere Rolle des BSV schein deshalb nicht notwendig. Falls dies aber trotzdem umgesetzt werden sollte, empfiehlt die Person eine gezielte Intensivierung der Tätigkeit des BSV in Regionen, die mit solchen Angeboten weniger gut ausgestattet sind und/oder in Bezug auf Bezugspersonen/Zielgruppen, bei denen ein besonderer Handlungsbedarf besteht. Eine Schwierigkeit ergebe sich dann in Bezug auf die zusätzlichen Ressourcen, die beim BSV für diese Leistungen zur Verfügung gestellt werden müssten. Es wird befürchtet, dass diese Mittel bei Leistungen in anderen Handlungsfeldern wegfallen würden.

**Weitere Forschungs- und Expertenberichte aus der Reihe
«Beiträge zur Sozialen Sicherheit»**

**Autres rapports de recherche et expertises de la série
«Aspects de la sécurité sociale»**

**Altri rapporti di ricerca e perizie della collana «Aspetti
della sicurezza sociale»**

**Further research reports and expertises in the series
«Beiträge zur Sozialen Sicherheit»**