

WIRKUNGSBERICHT 2019

„Meine Kursteilnehmer haben durch die Einbindung von TV-Sendungen in uugot.it nicht nur einfacher Deutsch gelernt, das Interesse an Lerninhalten wurde dadurch enorm gesteigert. Es war, als hätte man einen Schalter umgelegt. Es hat ihnen richtig Spaß gemacht.“

uugot.it

Learners with high motivation, self-confidence, a good self-image and a low level of anxiety are better equipped for success in second language acquisition.

- Prof. Dr. Stephen Krashen



Inhalt

Vorwort	3
Teil A.....	5
Einleitung	5
Vision und Ansatz	5
Gegenstand des Berichts	6
Teil B	7
Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz im Überblick	7
Die gesellschaftlichen Herausforderungen im Detail und wie diesen begegnet wird	9
Fragestellungen der Bedarfs- und Umfeldanalyse	9
Die Wirkungsziele von uugot.it	18
Wirkungskette	18
Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum	18
Eingesetzte Ressourcen (Input)	18
Erbrachte Leistungen (Output).....	19
Die Verwendung von uugot.it	25
Übersetzungssprachen	25
Nutzerverhalten der AnwenderInnen	26
Nutzerzufriedenheit	26
Demographische Aspekte der AnwenderInnen	26
Statements User/Educators/Stakeholders	28
Résumé und Ausblick - (Outcome/Impact)	29
Die Wirkungstreppe	30
Teil C.....	32
Organisationsprofil	32

Vorwort



Sehr geehrte Damen und Herren!

Mein Name ist Philipp Etzlinger und ich bin einer der Gründer und nunmehr Geschäftsführer von uugot.it. Dass Sie diesen Wirkungsbericht in Händen halten, ist Resultat einer langen Reise und es macht mich stolz, Sie nun einladen zu dürfen, uns auf dieser zu begleiten.

Seinen Ausgang nahm uugot.it, als ich im Jahr 2003 nach Paris gegangen bin, um dort zu studieren. In Frankreich angekommen, merkte ich sehr bald, dass meine Französisch-Sprachkenntnisse nicht ausreichen würden, um den Vorlesungen folgen zu können. Das französische Fernsehen hat mir damals wesentlich dabei geholfen, schnell das erforderliche Sprachniveau zu erreichen, wenn auch zu dieser Zeit das Sprachenlernen mit dieser Methode - mangels Erfindung von Smartphones, Apps und Co - eine

Knochenangelegenheit war.

Jedes Wort, das ich nicht verstanden hatte, musste ich händisch aufschreiben und in einem *physischen* Wörterbuch nachschlagen. Währenddessen lief die Sendung unerbittlich weiter - und je nach Sprachkenntnisstand verpasste ich den einen oder anderen Teil. Das musste doch einfacher gehen!

2013 wurde die Grundidee - Sprachenlernen mittels Fernsehen - wieder aufgegriffen. Die Zeit war jetzt reif, entsprechende Technologie vorhanden, das konnte jetzt einfacher gehen! Es dauerte dann doch noch, bis das Konzept von uugot.it so weit entwickelt war, dass es Fördergesellschaften überzeugte. Schließlich konnte 2016 mit den Entwicklungen gestartet werden.

Hartnäckigkeit und die eigene Überzeugung, dass über diesen Weg tatsächlich einfacher Sprache gelernt werden kann – und ich selbst bin das beste Beispiel dafür – haben sich ausgezahlt: Im Juli 2019 konnten wir nach zweijähriger Pilotphase den Public Launch wagen. Auch die Hürde, Fernsehgesellschaften zu überzeugen, konnten wir nehmen. Dass dies mehr als eine Formalität und eher die Kür ist, liegt auf der Hand. Die Ergebnisse aus Pilotphasen und Studien, welche wir mit unseren Testgruppen erzielten, hatten auch ausreichend Gewicht, um zu einem Umdenken bei Entscheidungsträgern aus Politik und Senderverantwortlichen zu führen.

Ich freue mich, wenn Sie mich begleiten. Auf den folgenden Seiten erfahren Sie, was uugot.it bewirkt und welche Ziele wir damit erreichen. Und ganz besonders möchte ich Sie dazu einladen, uns auf unserer Mission zu unterstützen, wenn Sie Ansätze sehen. Treten Sie mit mir in Kontakt!

Herzlichst

Ihr Philipp Etzlinger

uugot.it ist eine innovative Lösung, die es ermöglicht, während des Fernsehens Sprachen zu lernen und dabei in die jeweilige Gesellschaft einzutauchen.

Das Hauptziel ist es aber nicht nur, Sprachkenntnisse schneller zu erwerben, sondern auch den Integrationsprozess und das Ankommen von Zuwanderern in die neue Gesellschaft zu beschleunigen.

Teil A

Einleitung

Nach Österreich zugewanderte Personen, egal ob mit Migrations- oder Fluchthintergrund oder aber auch Expats, stehen vor der Herausforderung, in einem Gastland Fuß zu fassen. Sprachliche Barrieren scheinen oftmals unüberwindbar, der Zugang zur lokalen Gesellschaft wird durch die (noch) nicht vorhandene sprachliche Handlungsfähigkeit der Menschen erschwert.

uugot.it bietet hierfür eine Lösung: Über einen gleichsam niederschweligen, informativen und unterhaltsamen Weg, nämlich über lokales Fernsehen, wird verständlich gemacht, wie die Gesellschaft des Gastlandes funktioniert, mit welchen Themen sie sich beschäftigt und welche Ansichten und Meinungen in der plurizentrischen Gesellschaft vertreten sind - gleichzeitig wird dabei die Sprache des Gastlandes gelernt. Intention und Ziel ist es somit, den Integrationsprozess zu beschleunigen, indem man sich mit der Gesellschaft vertraut macht, und den Spracherwerb zu fördern.

Vision und Ansatz

Inklusion statt Exklusion, eine rasche Teilhabe am Leben der lokalen Gesellschaft!

Unsere Vision ist es, nach Österreich zugewanderte Personen mit nichtdeutscher Erstsprache darin zu unterstützen, rasch Zugang zur Gesellschaft zu finden. Um mit der lokalen Bevölkerung in Kontakt treten zu können, ist nicht nur das Verstehen mittels Sprache notwendig, sondern auch ein gegenseitiges Verständnis der Gefühls- und Lebenswelt(en). Wer sich akzeptiert und wertgeschätzt fühlt, kann sich öffnen und partizipieren.

Um dieses Ziel zu erreichen, bedienen wir uns des Fernsehens, weil es ein wunderbares Spiegelbild der Bevölkerung ist. Mit uugot.it machen wir lokales Fernsehen für Menschen mit anderen Erstsprachen verständlich, indem wir interaktive intralinguale Untertitel („Smart Subtitles“) einsetzen. Damit bauen wir Sprachbarrieren ab. Für Bildungseinrichtungen (Schulen, Erwachsenenbildung) werden außerdem didaktisierte Videomaterialien für den Unterrichtseinsatz entwickelt.

Unser Ziel bei uugot.it ist es, einen möglichst niederschweligen und alltagstauglichen Weg zu finden, wie Sprache gelernt werden kann. Dabei wollen wir den Unterhaltungs- mit dem Integrationsaspekt verbinden. uugot.it ist eine Plattform, die Fernsehsender mit Sprachenlernenden zusammenbringt, und TV zum „Learning Hub“ macht. Dabei ist uugot.it TV für Autodidakten und eigenständiges Lernen konzipiert, uugot.it sCOOLing hingegen für den Unterrichtseinsatz.

Wir wollen Ankommenden rasch, einfach und ohne Wartezeiten Zugang zur Gesellschaft des Gastlandes ermöglichen, auch wenn die Landessprache (noch) nicht verstanden wird. Fernsehinhalte können zum Eisbrecher zwischen Kulturen werden. Davon profitieren die Individuen ebenso wie TV-Stationen, die der Erfüllung ihres gesellschaftlichen Auftrags nachkommen können - und nicht zuletzt die gesamte Gesellschaft. uugot.it ist ein System, das sich skalieren und auf die Bedürfnisse und Herausforderungen von Sprachenlernenden anpassen lässt.

Gegenstand des Berichts

Geltungsbereich	Die uugot.it GmbH stellt eine Webapplikation zur Verfügung, die es ermöglicht, während des Fernsehens Sprache zu lernen und damit im Integrationsprozess von Zuwandernden positiv unterstützend zu wirken.
Berichtszeitraum und -zyklus	Januar – Dezember 2019
Anwendung des SRS	Es wird der SRS Fassung 2014 angewendet. Es handelt sich hierbei um die erstmalige Erstellung eines vollständigen Berichts nach SRS.
Ansprechpartner	Mag. (FH) Philipp Etzlinger

Teil B

Das gesellschaftliche Problem und der Lösungsansatz im Überblick

Integration ist ein dauerhaftes Thema, mit verstärkter Brisanz seit Ende 2014, als aufgrund der Unruhen und anhaltenden Konflikte im Mittleren Osten große Fluchtbewegungen einsetzten. Ihren Gipfel erreichten diese in den Jahren 2015 und 2016, als in Österreich über 130.000 AsylwerberInnen¹ registriert wurden. Ein Großteil der Menschen wurde aus den Brennpunktländern Syrien (33.300), Afghanistan (37.400) und dem Irak (16.500) registriert. In Deutschland zählte man in beiden Jahren mehr als 1,2 Mio. Asylanträge. Auch hier waren Anträge von Staatsangehörigen aus den genannten Krisenregionen dominierend. Im Jahresverlauf 2019 pendelte sich die Zahl der Anträge wieder auf das Niveau vor dem Einsetzen der großen Migrationsströme ein. Im FRONTEX Bericht 2020² wird festgehalten, dass der Migrationsdruck im östlichen Mittelmeer aber neuerlich ansteigt.

Abseits von Fluchtbewegungen bleibt Migration aufgrund von gesteigerter globaler Mobilität ein zentrales Thema: Allein in Österreich und Deutschland kommt es zu einem - um die genannten Krisenherde bereinigten - Zuzug von etwa 1,25 Mio. Personen jährlich. Dazu kommen etwa 240.000 Asylanträge, die in ruhigeren Zeiten in beiden Ländern gezählt werden. Dies kann sich in den nächsten Jahren sprunghaft wandeln, wenn etwa neue Konfliktherde entstehen oder aufgrund von klimatischen Veränderungen Menschen zur Abwanderung aus ihren angestammten Gebieten gezwungen werden³ oder aber auch, um einen Arbeitszuzug in Mangelberufen, wie der Pflege, zu begünstigen.

Klammert man zukünftigen Zuzug aus, dann gilt es noch immer jene Menschen, die sich aktuell in Österreich oder Deutschland befinden, zu empowern, damit sich diese nachhaltig in die Gesellschaft integrieren können. Durch einen gelungenen Integrationsprozess wird MigrantInnen nicht nur die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben überhaupt erst ermöglicht, dadurch reduziert sich auch das gesamtgesellschaftliche Konfliktpotential und der wirtschaftliche wie gesellschaftliche Output der Zielgruppe wird gestärkt. Die beiden zentralen Erfordernisse in diesem Zusammenhang sind zum einen, die Sprache des Aufnahmelandes zu erwerben, zum anderen, sich Wissen über das Funktionieren der aufnehmenden Gesellschaft über diverse Lebensbereiche hinweg anzueignen.

Die Regierungen der beiden Staaten Deutschland und Österreich haben als Reaktion auf die geopolitischen Konflikte vermehrt Deutsch- und Integrationskurse zu Verfügung gestellt – diese Angebote wurden mittlerweile wieder zurückgefahren. Aber: Integration passiert nicht von heute auf morgen. Es ist ein langer, individuell verschiedener Weg bis zum tatsächlichen Ankommen in der aufnehmenden Gesellschaft. Restriktionen am Arbeitsmarkt erschweren diesen Prozess. Die anfängliche Euphorie, „es geschafft zu haben“, verpufft, wenn sie nicht rasch in unterstützenden Maßnahmen kanalisiert wird. Was daraus folgen, sind Desinteresse, Abschottung und in Folge die Begünstigung der Bildung von Parallelgesellschaften. Es bedarf einer laufenden Adaptierung und Optimierung des Maßnahmenkatalogs, um diesen ungünstigen Entwicklungen entgegen zu steuern.

¹ Zahlen stammen aus „migration & integration“ 2017, Seite 8, STATISTIK AUSTRIA

² Bericht Deutsche Welle, 17.01.2020, „Migrationsdruck im östlichen Mittelmeer steigt“
<https://p.dw.com/p/3WMle>

³ UN-Menschenrechtsausschuss hat am 21.01.2020 geurteilt dass Klimaflüchtlinge Recht auf Asyl nicht verweigert werden darf. <https://www.dw.com/de/un-ausschuss-klima-ist-asylgrund/a-52089649>

Nicht nur MigrantInnen - aus welchen Gründen auch immer ihr Weg sie nach Europa geführt hat – stehen vor vielfältigen Herausforderungen, sondern die gesamte Gesellschaft, von der Zivilgesellschaft bis zur Politik, sehen sich mit vielfältigen Herausforderungen angesichts der globalen Veränderungen konfrontiert, von denen auch Österreich und Deutschland nicht ausgeschlossen sind.

Mit uugot.it wollen wir unseren Teil dazu beitragen, diesen Herausforderungen konstruktiv zu begegnen. Wir wollen mit unserer Plattform Zugewanderte mittel- und auch längerfristig begleiten; sie sollen sich in ihrer neuen Umgebung besser zurechtfinden und diese besser verstehen können. Dabei wird nicht nur Wissenswertes über Land und Leute transportiert, sondern gleichzeitig dabei unterstützt, die deutsche Standard- und auch Umgangssprache zu erwerben.

Folgende Problemfelder wurden u.a. identifiziert

- Gesellschaftliche Integration von MigrantInnen (10% der Gesamtbevölkerung) sowie von Asylberechtigten und subsidiär Schutzberechtigten (1,1 Mio. in 2015)
- Strukturelle Defizite beim Deutschkursangebot, wie große Unterschiede in den einzelnen Bundesländern, geographische Verfügbarkeit ist nicht überall gegeben, lange Wartezeiten
- Ungenügende Wirkung der Wertekurse
- Nach Absolvierung der Sprachkurse auf Sprachniveau B1 keine geeigneten Möglichkeiten, um die Deutschkenntnisse und den Spracherwerb weiter voranzutreiben
- Kursstruktur nicht motivierend genug

Für die Teilnahme an Deutschkursen gibt es mehrmonatige Wartezeiten (am Peak der Fluchtbewegung betrug diese über zwölf Monate). Diese sind in Deutschland oftmals auf 100 Stunden beschränkt und von mangelnder Qualität, da sie vor allem eins sein sollen: billig⁴.

Die geringen finanziellen Ressourcen sind auch in Österreich großes Thema: zu wenig Geld für Lehrmaterialien (z.B. Kursbücher), mangelnde Ausstattung der Kursräumlichkeiten, große inhomogene Gruppen hinsichtlich Altersstruktur, Bildung, Erstsprachen), dadurch Binnendifferenzierung nur schwer möglich... Dazu kommt, dass Menschen mit Fluchthintergrund überwiegend in prekären Wohnverhältnissen leben, was den Fokus und die Konzentration auf das rasche Erlernen der Sprache entsprechend reduziert.

Zudem hat nicht jeder Anspruch auf einen Kursplatz: Personen in einem laufenden Asylverfahren sind von der Teilnahme ausgeschlossen. Bis jemand zum Asylverfahren zugelassen wird, kann es in Einzelfällen ein Jahr und länger dauern. Es entsteht damit die paradoxe Situation, dass ein Flüchtling im schlimmsten Fall über zwei Jahre warten muss, bis er einen Deutschkurs belegen kann. Wertvolle Zeit, die ungenützt verstreicht.

Sprachlern-Apps wie beispielsweise Duolingo oder busuu, können in begrenztem Maße unterstützend wirken, der statische Ablauf der Kurse schränkt jedoch ein. Diese Apps wenden sich

⁴ Artikel in Migazin: <http://www.migazin.de/2015/03/20/sprachkurse-fluechtlinge-nach100-deutschstunden-feierabend/>

SRS Reporting uugot.it

dabei ausschließlich an Sprachlernanfänger, der Aspekt des interkulturellen Lernens bleibt ausgespart.

Die 2017 eingeführten verpflichtenden Wertekurse sollen Grundlagenwissen über Rechte und Pflichten, Normen und Gepflogenheiten vermitteln. Erste Studien aus Deutschland zeigen jedoch, dass sie keine nachhaltige Wirkung erzielen (können), da in derart kurzer Zeit kein Paradigmenwechsel stattfinden kann. Aus diesem Grund wurde die Konzeption der Wertekurse in Österreich geändert: Anstatt eines kompakten 8-Stunden Blocks werden die Inhalte nun vermehrt mit den Sprachkursen verknüpft.

Dem Lehren und Lernen von Werten im Kurssetting sind Grenzen gesetzt. Es bedarf neuer Wege, um dem entgegenzuwirken. Diesen Herausforderungen begegnen wir mit uugot.it TV bzw. speziell für den Unterrichtseinsatz mit uugot.it sCOOLing.

Die gesellschaftlichen Herausforderungen im Detail und wie diesen begegnet wird

In diesem Abschnitt werden die Herausforderungen nicht nur detaillierter ausgearbeitet, sondern auch aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet, um ein umfassenderes Bild der Thematik wiedergeben zu können. Darauf folgend wird die Funktionsweise von uugot.it erklärt.

Fragestellungen der Bedarfs- und Umfeldanalyse

1.) Auf welche gesellschaftlichen Herausforderungen zielt das Projekt ab? Ist diese Problematik tatsächlich so weitreichend wie medial kolportiert? Wie stellt sich die reale Situation vor Ort dar?

Im Jahr 2016 haben lt. Frankfurter Rundschau⁵ rund 289 Millionen Menschen auf der Welt in irgendeiner Form Deutsch als Fremd- oder Zweitsprache gelernt. Hinzu kommen noch 7,5 Millionen Menschen weltweit, die deutschen Sprachminderheiten angehören und außerhalb der deutschsprachigen Staaten leben, so der Germanist Ulrich Ammon in seinem Werk „Die Stellung der deutschen Sprache in der Welt“.

Weltweit besuchten im Jahr 2015 etwa 15,4 Millionen Menschen Deutschunterricht an Schulen, Universitäten, Sprachschulen oder Institutionen wie beispielsweise das Goethe-Institut oder das Österreich-Institut – das ist etwa eine halbe Million mehr als noch 2010. Allerdings konnten zur Jahrtausendwende noch 20 Millionen Menschen gezählt werden⁶. Diese Zahlen decken sich mit den Angaben des Goethe Instituts zum Bericht „Deutsch als Fremdsprache. Datenerhebung 2015“⁷.

⁵ <https://www.fr.de/kultur/millionen-menschen-sprechen-deutsch-11118041.html> (zuletzt abgerufen 31.01.2020)

⁶ <https://www.stern.de/politik/ausland/deutsch-im-trend--weltweit-lernen-15-4-millionen-menschen-die-deutsche-sprache-6210076.html> (zuletzt abgerufen 31.01.2020)

⁷ <https://www.goethe.de/de/spr/eng/dlz.html> (zuletzt abgerufen 31.01.2020)

Die 2014 einsetzenden Fluchtbewegungen haben die Notwendigkeit, Deutsch zu lernen, weiter erhöht. Die Entwicklung der Asylanträge stellt sich in Zahlen wie folgt dar:

Asylanträge	AT ⁸	DE ⁹	CH ¹⁰	Total
2015	88.340	476.649	39.523	604.512
2016 (EUROSTAT) – etwa 30% aus Syrien	42.285	745.545	27.207	815.037
2017	24.735	222.683	18.088	265.506
2018	13.746	185.853	15.255	214.854

Damit Geflüchtete und MigrantInnen in die Gesellschaften der aufnehmenden Länder auch erfolgreich integriert werden können, ist es unumgänglich, dass die Sprache zu einem gewissen Grad verstanden und beherrscht wird. Gesellschaftliche Teilhabe bedingt kommunikative Handlungsfähigkeit des Individuums. Ebenso ist ein Grundverständnis über das Funktionieren des Staates, seine innere Organisation und die Gesellschaft erforderlich, um sich zurechtzufinden.

In den DACH-Ländern werden zwar seit dem rasanten Anstieg der Asylanträge vermehrt Deutsch- aber auch spezifische Integrations- und Wertekurse angeboten, um insbesondere kulturelle Barrieren zu überwinden, das Problem konnten diese aber aus mehreren Gründen nicht lösen:

- Wartezeit auf Kursplätze erstreckt sich über mehrere Monate und ist damit viel zu lange.
- Integrations- und Wertekurse vermitteln lediglich ein Grundgerüst an „Dos and Don'ts“ und führen zu keinem Paradigmenwechsel.
- Nach Abschluss der bundespolitischen Maßnahmen ist die Zielgruppe keinesfalls in die Gesellschaft integriert. Weitere integrative Maßnahmen, etwa außerhalb einer Kursstruktur, sind nicht wirklich vorhanden.
- MigrantInnen leben, insbesondere in Städten, oft abgeschottet und haben nur über BetreuerInnen Zugang zur lokalen Bevölkerung. Dies bedingt den Rückzug in die eigene Community und das Entstehen von Parallelgesellschaften.

2.) Wer sind die Zielgruppen des Projektes? Was brauchen diese Leute?

All jene, die mit dem Erlernen von Sprache befasst sind. Um uugot.it nutzen zu können, ist für die Nutzung der interaktiven Untertitel ein Mindestausmaß an Lesekompetenz

⁸ BMI - https://www.bmi.gv.at/301/Statistiken/files/Jahresstatistiken/Asyl-Jahresstatistik_2018.pdf

⁹ BAMF - https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Statistik/SchluessezahlenAsyl/flyer-schluessezahlen-asyl-2018.pdf?__blob=publicationFile&v=3

¹⁰ SEM <https://www.sem.admin.ch/dam/data/sem/publiservice/statistik/asylstatistik/2018/stat-jahr-2018-kommentar-d.pdf>

Voraussetzung. Die Lesefähigkeit soll etwa dem Niveau Ende Primarstufe, Beginn Sekundarstufe I entsprechen.

Die globale Zielgruppe von uugot.it setzt sich folgendermaßen zusammen:

- a) Nicht-autochthone Personen im Land: Personen mit anderen Erstsprachen als Deutsch, Personen mit Migrationshintergrund, AsylwerberInnen, Expats sowie ERASMUS-Studierende
- b) SchülerInnen und Studierende
- c) Lifelong-Learners
- d) Gehörlose und hörbeeinträchtigte Personen

Für die Gruppen c) und d) werden momentan keine spezifischen Aktionen gesetzt.

uugot.it ist an mehrere Mediatheken von Fernsehsendern angebunden, u.a. ORF, W24, LT1 und Tirol TV und zielt auf Personen mit Deutsch als Zweitsprache ab, insbesondere auf die Gruppe a). Die Zielgruppen zeichnen sich folgendermaßen aus:

Asylberechtigte/AsylwerberInnen/Flüchtlinge: Die Sprachfertigkeit in Deutsch bei Personen, die bereits länger im Land sind, reicht oft nur bis A2/B1-Niveau. Dies hängt damit zusammen, dass die jeweiligen Länder im DACH-Raum bis zu dieser Stufe geförderte Kurse anbieten bzw. der Nachweis über das Beherrschen dieses Sprachniveaus erbracht werden muss.

Die Einkommenssituation dieser Gruppe ist prekär. Häufig verfügen die Menschen nur über ein geringes Taschengeld, welches vom Staat gewährt wird. Viele AsylwerberInnen und Flüchtlinge sind jung und männlich. Sie stammen aus den Regionen, wo der IS für Instabilität gesorgt und/oder Bürgerkrieg getobt hat, wie Syrien, Afghanistan, Irak. Der Bildungsstand der Geflüchteten entspricht den nationalen Standards der Herkunftsländer. Diese liegen unter jenen der westeuropäischen Staaten, weshalb es für Asylberechtigte nicht einfach ist, auf dem Arbeitsmarkt Fuß zu fassen.

Erschwerend kommt noch die Problematik hinzu, dass aufgrund der allgemein langen Wartezeiten auf Kursplätze positives Integrationspotential in Form von Motivation und Zeit ungenutzt bleibt. Sich auf die Kultur des Gastlandes einzulassen und Teil der Gesellschaft zu werden, ist gerade zu Beginn der Wunsch und das Ziel der ankommenden Menschen.

indirekte Zielgruppe: BetreuerInnen von Flüchtlingsunterkünften, DaZ-TrainerInnen, Bildungseinrichtungen, Integrationsinitiativen bzw. Integrationsbüros/-stellen von Kommunen und Ländern, öffentliche Einrichtungen, Pflichtschulen mit Deutschförderklassen und Deutschförderunterricht.

ArbeitsmigrantInnen: Fasst man die Nachfolgestaaten von Ex-Jugoslawien zusammen, stellen Menschen aus dieser Region nach wie vor die größte MigrantInnengruppe in Österreich dar, gefolgt von Deutschen und Türken. Hierbei handelt es sich um Gruppen, die schon eine ganze Weile Teil der Gesellschaft sind. Serben wie auch Türken konnten sich nicht

so leicht integrieren wie etwa Bosnier¹¹. Laut einer Studie der Statistik Austria¹² verfügten Bosnier über eine bessere Ausbildung, die in Österreich nachgefragt wurde. Auch waren viele bosnische Frauen erwerbstätig, was dazu führte, dass die Gruppe über ein höheres Einkommen verfügte, was wiederum einer möglichen Ghettobildung entgegenwirkte. Die Zielgruppe an MigrantInnen, die mit uugot.it angesprochen werden soll, ist jene, deren mangelnde Deutschkenntnisse eine Barriere für das Fortkommen in der Gesellschaft bedeutet. Ganz konkret soll dabei der Familiennachzug angesprochen werden, damit Frauen und Kinder schneller in die Gesellschaft integriert werden können.

indirekte Zielgruppe: Schulen, AMS bzw. Agentur für Arbeit (DE)

Expats: Expats unterscheiden sich stark von den bisher dargestellten Gruppen, da diese meist finanziell unabhängig, überdurchschnittlich gebildet, sprachlich oftmals versiert und flexibel sind. Diese Unabhängigkeit spiegelt sich in der Tatsache wider, dass nicht unbedingt das Ziel verfolgt wird, dauerhaft in dem Land zu bleiben, in welchem gerade der Arbeitseinsatz erfolgt. Das Alter ist durchmischt und geht von Young Professionals mit 2-3 Jahren Berufserfahrung bis hin zu altgedienten Spezialisten und Fachkräften. Gemein ist dieser Gruppe oftmals, dass sie sehr interessiert an Neuem ist sowie die Kultur im DACH-Raum schätzt und das Lebensgefühl genießt. Viele bringen bereits Sprachlernerfahrungen mit und sind durch dieses Vorwissen bestens dafür geeignet, autodidaktisch mit einem Tool wie uugot.it ihre Sprachkenntnisse zu verbessern. Wünsche und Hoffnungen sind es meist, sich selbst weiter zu entwickeln, die persönliche Lebenssituation zu verbessern. In Expats steckt ein großes Potential, da diese als positive Role-Models agieren können.

Indirekte Zielgruppe: Unternehmen, die Expats beschäftigen (oftmals bieten diese Deutschkurse an), WKO, AK, aber auch Sprachlerninstitute wie etwa bfi oder VHS oder private Sprachschulen

ERASMUS-Studierende: Ähnlich wie die Gruppe der Expats, finanziell aber oft abhängig, ist die Gruppe der ERASMUS- Studenten zu beschreiben. Ein Großteil geht für ein bis zwei Semester ins Ausland, um internationale Luft zu schnuppern. Nach Deutschland sind über ERASMUS über 30.000 Studierende gekommen. Zum überwiegenden Teil gehen ERASMUS-Studierende wieder in ihre Herkunftsländer zurück und haben gar nicht erst vor, vor Ort zu bleiben. Sie wollen die Kultur, Sprache und Gesellschaft kennen und verstehen lernen.

indirekte Zielgruppe: Sprachlerninstitute, Anlaufstellen für internationale Studierende auf FHs und Universitäten, Sprachenzentren von Universitäten.

3.) Welche Akteure sollten in das Projekt einbezogen werden?

Neben der direkten Zielgruppe zählen folgende Stakeholder dazu: Broadcaster, Politik auf kommunaler, Landes- und Bundesebene, Integrationsbüros der Kommunen, DaF-/DaZ-Unterrichtende/TrainerInnen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen sowie die Zielgruppe selbst.

¹¹ Die Presse/Statistik Austria: <https://www.diepresse.com/4877903/arbeitsmarkt-bosnier-fassen-besser-fuss-als-serben>

¹² Studie Statistik Austria <https://derstandard.at/2000030611094/Warum-die-Integration-der-Bosnien-Fluechtlinge-klappte-und-es-heute>

Mit Einbeziehung fremdsprachiger Sender (z.B. englischsprachige Stationen) sind ebenso Fremdsprachenlehrende gefragt. Eine Aufstellung findet sich wie folgt:

Stakeholder	Auf welche Weise sind die Personen/Gruppen mit uugot.it verbunden – welche Erwartungen haben sie an das Projekt?	Welchen positiven Einfluss können sie auf den Projekterfolg haben? Wo liegen ihre Potentiale?	Welchen negativen Einfluss können sie auf den Projekterfolg haben? Wo liegen ihre Schwächen?	Welche Konsequenzen ergeben sich für das Projekt? Wie soll dieser Stakeholder eingebunden werden?
→ Zielgruppen				
Asylberechtigte AsylwerberInnen	Asylberechtigte/-werber sind die eigentlichen Verwender von uugot.it. Ihre Erwartung liegt darin, die Sprache und Kultur der neuen Heimat schneller zu lernen.	Motivation, Teil der Gesellschaft zu werden, führt dazu, dass das Angebot genutzt wird. User äußern sich positiv über das Projekt, was weitere User anzieht.	Mangelhafte Übersetzungsergebnisse können zu mangelnder Akzeptanz des Service führen.	Regelmäßiges Feedback und Messung des Lernfortschritts.
ERASMUS-Studierende EXPATS	Beide Gruppen haben Interesse daran, die Landessprache zu erlernen/verbessern. uugot.it macht dies auf unterhaltsame Weise.	Motivation, unkompliziert Deutsch zu lernen. Positive Äußerung über das Projekt, was dazu führt, weitere Personen anzuziehen.	Inhalte können für Zielgruppe nicht interessant sein, weshalb uugot.it nicht genutzt wird.	Regelmäßiges Feedback, Animierung durch Sendungsanschlüsse, die interessant sein könnten.
→ weitere Stakeholder				
Broadcaster	Zurverfügungstellung von Content. Erwartung, dass durch Einsatz von uugot.it positives Image transportiert wird. Programm kommt im Lernkontext zum Einsatz.	Durch verbreitete Nutzung vermehrte Zurverfügungstellung von Content mit Untertiteln. Wenn uugot.it akzeptiert, agieren Broadcaster als Multiplikatoren.	Broadcaster weigern sich zu kooperieren, weshalb ansprechender Content nicht in ausreichendem Umfang verfügbar.	Stakeholder erhält Daten, welche Zuseherdaten zusätzlich für den Broadcaster erzielt werden konnten. Wichtig für Public Value & Reichweite.
Kommunen	Kommunen sind verantwortlich, Flüchtlinge & Asylwerbende zu betreuen und Integrationsmaßnahmen zur Verfügung zu stellen. Erwartung, dass uugot.it niederschwelliger und kostengünstiger Problematik lösen kann.	Kommunen können dabei unterstützen, dass Zielgruppe mit Migrationshintergrund einfacher Zugang zu uugot.it erhält, indem Service empfohlen wird und über Leistungen der Kommune verkauft wird.	Wenn von uugot.it nicht überzeugt, wird Unterstützung eingestellt. Kommunen haben wenig Zeit, sich für uugot.it zu engagieren.	Müssen regelmäßig einbezogen werden, um interessiert zu bleiben und Vorteil näher zu bringen.

4.) Welche Angebote gibt es bereits im Umfeld? Welche Ergebnisse haben diese bisher erzielt? Welche Förderlücken sollten geschlossen werden? Wo ergibt sich die Möglichkeit zu kooperieren? Wo kann es zu Konkurrenzsituationen kommen?

Für MigrantInnen und Flüchtlinge gibt es von staatlicher wie privater Seite zwar Kursangebote, allerdings keine darüber hinausreichenden Lösungen, die die Zielgruppe als nachhaltig ansprechend empfindet und die auf lokale Eigenheiten eingehen. Bis Sprachkurse überhaupt besucht werden können, ist oftmals der erste große Motivationsschub verfliegen. Werden die obligaten Sprachkurse abgeschlossen, verfügt man

zwar über eine sprachliche Basiskompetenz, Teil der Gesellschaft ist man da aber noch lange nicht geworden. Ein zentraler Kritikpunkt ist, dass diese Sprachkurse rein auf die Hochsprache fokussieren. Die Umgangssprache wird dabei außer Acht gelassen, da die Kurse testorientiert konzipiert sind. In den meisten Fällen funktioniert in diesem Stadium die selbständige Weiterentwicklung der Sprachkenntnisse noch nicht.

Über das Angebot der Sprach- und Integrationskurse hinaus gibt es im Bereich des Sprachenlernens durch Film und Video unterschiedliche Anbieter, die aber ausschließlich auf vorgefertigte, statische Videoinhalte setzen. Hervorzuheben ist dabei der Service von Papagei.com, der in rudimentärem Umfang zu erklären versucht, wie das Leben in Deutschland funktioniert und dies mit Sprachenlernen verbindet. Das Konzept unterscheidet sich dahingehend von uugot.it, dass die Inhalte vollständig in der Herkunftssprache, in diesem Fall Arabisch, untertitelt sind. Dieser Service wurde mittlerweile eingestellt. Der ZDF geht einen anderen Weg – bis Mitte 2017 wurde etwa einmal wöchentlich ein Bericht in einer [Sektion der Mediathek](#) vollständig auf Arabisch untertitelt (deutsches Audio), mittlerweile erscheinen keine neuen Berichte mehr. Beim Angebot des ZDF steht allerdings nicht der Sprachlernaspekt, sondern die Informationsaufnahme im Vordergrund.

uugot.it will auch die Brücke zur Umgangssprache und dialektalen Varietäten des Deutschen schlagen und dadurch die rezeptiven Sprachfertigkeiten, vor allem das Hörverstehen, verbessern. Uugot.it fördert die Vermittlung von Informationen und Berichterstattung mit Lokalbezug, und versucht gleichzeitig, eine erste Bindung an österreichische Medien aufzubauen. Wir finden uns somit zwischen den Angeboten des ZDF und Sprachlernlösungen, die auf Filme und Serien setzen, wieder.

Wie funktioniert uugot.it? (gesprochen: You-you got it)

uugot.it ist eine Smartphone-/Tablet-Applikation, die es ermöglicht, **während des Fernsehens Sprachen zu erlernen** bzw. bestehende Sprachkenntnisse zu verbessern. Dabei werden TV-Sender auf ein Smartphone oder Tablet gestreamt und die **Sendungen mit interaktiven Untertiteln** („same language subtitles“) versehen. Wird ein **Wort nicht verstanden**, kann auf dieses geklickt werden, woraufhin dieses **simultan übersetzt** wird. Jedes angeklickte Wort wird in der **personalisierten Lernumgebung** des Users gespeichert und kann zu einem späteren Zeitpunkt in Form einer interaktiven „Learning Card“ erneut aufgerufen werden. Der Nutzer kann sich nun in Ruhe mit dem Begriff auseinandersetzen und ihn lernen. Durch authentisches, aktuelles Fernsehen verfügt der Anwender über **stark individualisierte Lerninhalte, die den persönlichen Interessen entsprechen**, eingebettet in ein didaktisches Konzept. Es wird aber nicht nur das einzelne Wort, sondern auch die dazugehörige Videosequenz mit Bild und Ton auf der „Learning Card“ abgelegt, um diese noch einmal anhören und ansehen zu können. Im folgenden [Video¹³](#) sehen Sie uugot.it im Einsatz.

Sprachwissenschaftlicher Hintergrund

In einer Metastudie zum Thema "Untertitel als Sprachlernwerkzeug" hat die **Universität Wien¹⁴** diesen Ansatz als **wesentlich unterstützendes Tool** für das Erlernen von Sprache hervorgehoben. Schon **heute lernen 82%** derjenigen, die **Englisch** als Fremdsprache lernen, auch **mittels TV** und ziehen Fernsehen als Trägermedium heran. uugot.it optimiert diesen Prozess. Große Vorteile von uugot.it sind zum einen der vielfältige tagesaktuelle Content, der beim Sprachenlernen zum Einsatz kommt, zum anderen der niederschwellige Zugang, da für den erfolgreichen Einsatz lediglich ein Smartphone erforderlich ist. Das Hör-Seh-Verstehen gilt als fünfte Fertigkeit des Sprachenlernens, audiovisuelle Informationen unterstützen maßgeblich den Spracherwerb.

Integration von MigrantInnen mittels TV

uugot.it geht aber weit über ein Sprachlerntool hinaus: **TV ist ein Spiegelbild der Gesellschaft**. uugot.it macht für ZuwandererInnen verständlich, was die Gesellschaft ihres Gastlandes bewegt, welche Traditionen gepflegt werden, worüber gelacht wird, was Sorgen und Ängste bereitet und klärt über vermeintliche Eigenheiten auf. Dadurch ergeben sich Anknüpfungspunkte, die ein leichteres Ankommen ermöglichen – uugot.it wird so zu einem idealen **Integrationswerkzeug**.

uugot.it wurde mittlerweile mit mehreren Preisen ausgezeichnet, wie u.a. dem **Integrationspreis der Stadt Linz**.

¹³ URL des Videos: <https://www.youtube.com/watch?v=6JP4HVa5pW4&feature=youtu.be>

¹⁴ Studie Universität Wien „Untertitel als Sprachlernwerkzeug“:
<https://www.univie.ac.at/germanistik/projekt/untis>

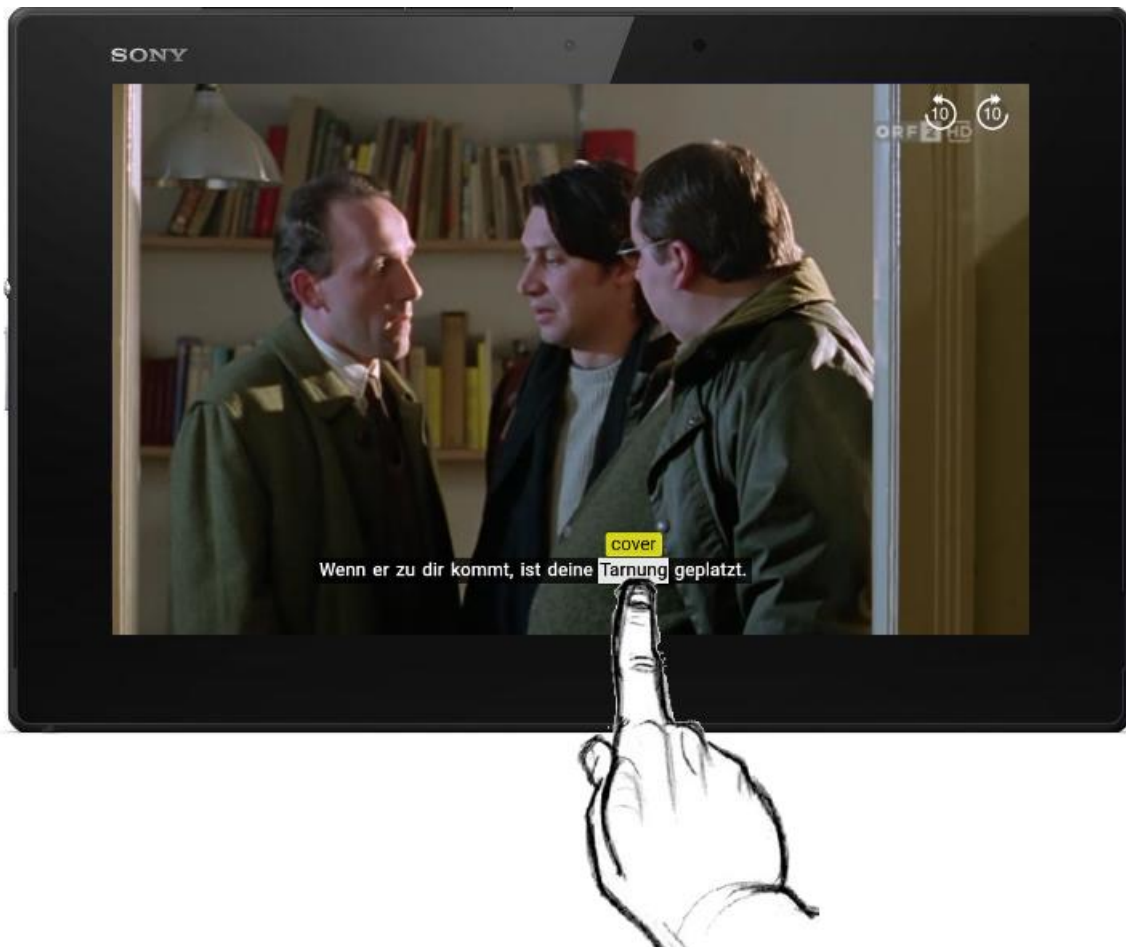


Abbildung 1: uugot.it in Verwendung. Durch Anklicken eines nicht verstandenen Wortes wird dieses übersetzt.

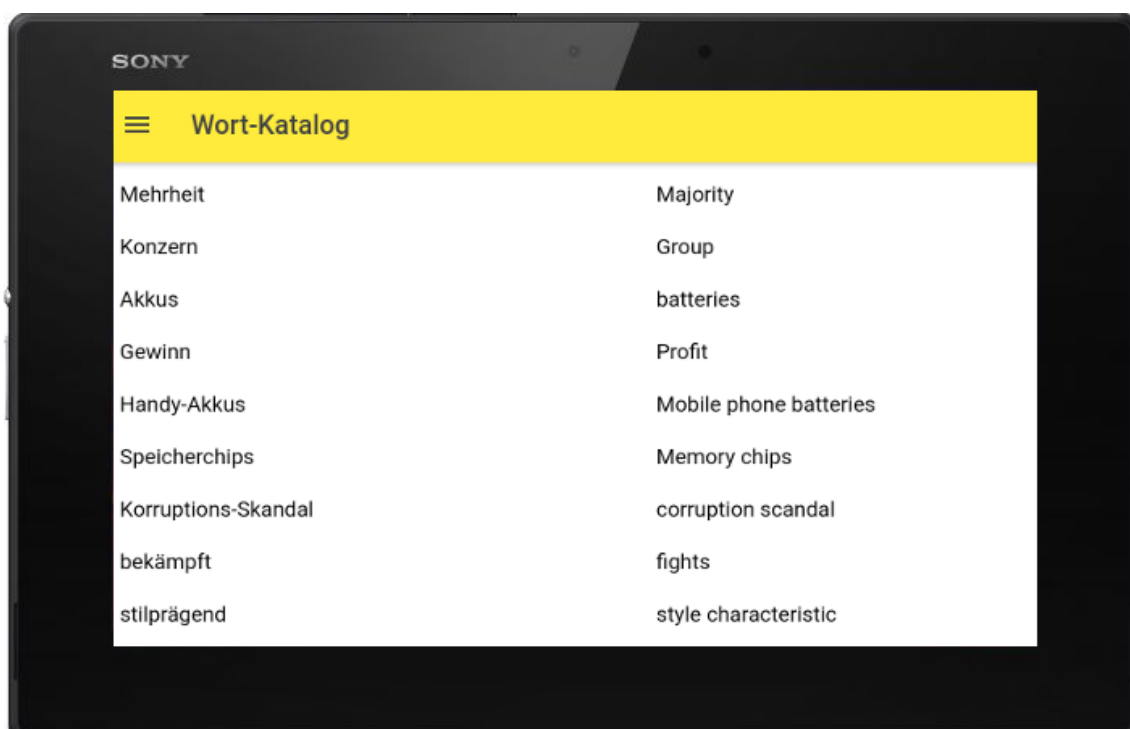


Abbildung 2: Angeklickte Wörter werden in einer Vokabelliste gespeichert.

5.) Welche Ursachen und Auswirkungen der gesellschaftlichen Herausforderung gibt es und wie hängen diese zusammen?

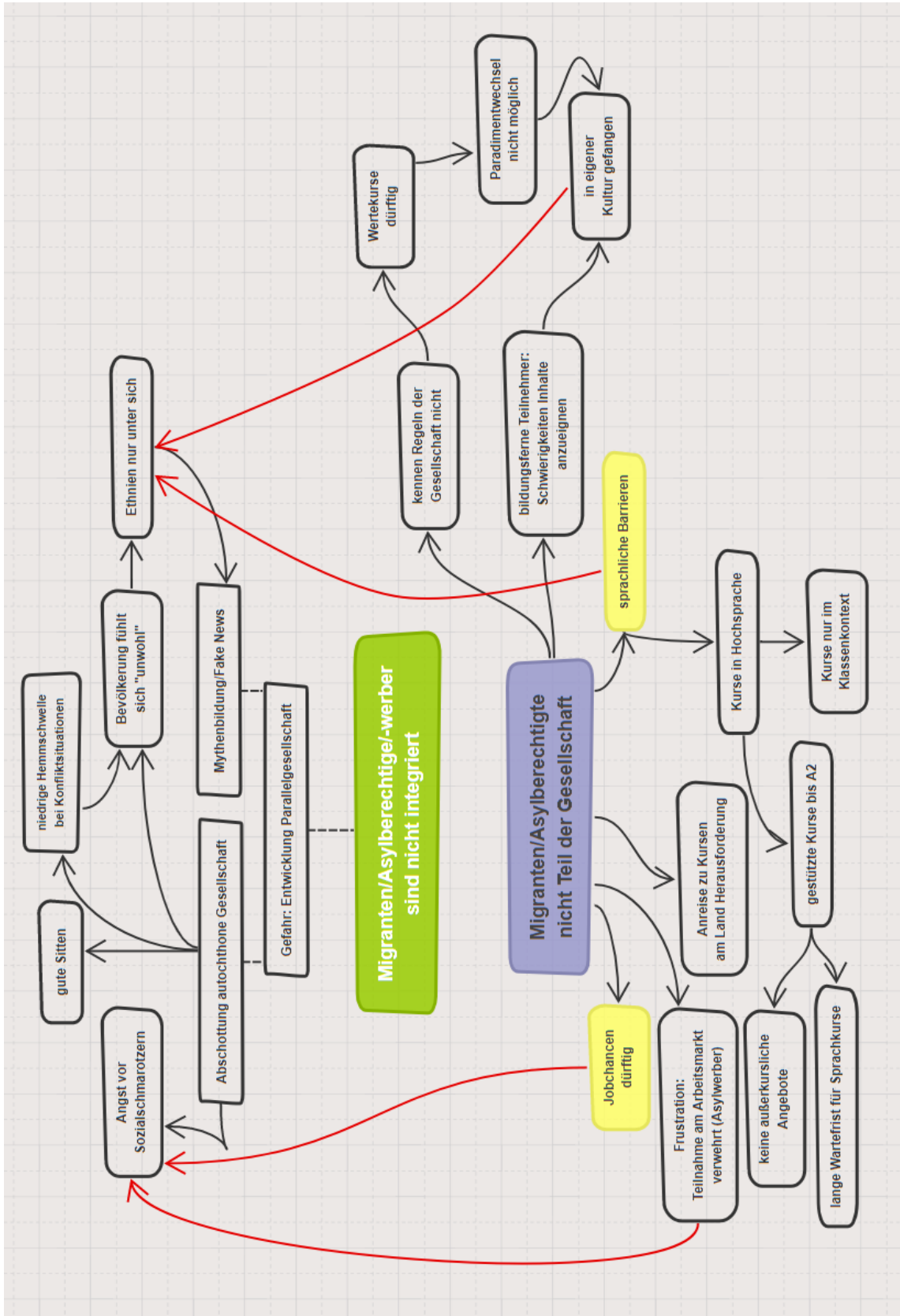


Abbildung 3 – Problembaum

Die Wirkungsziele von uugot.it

Das Ziel von uugot.it ist es, Personen mit Flüchtlings- und Migrationshintergrund das Ankommen in der Gesellschaft des Gastlandes zu erleichtern. uugot.it wird dabei über einen längeren Zeitraum hinweg zu einem Begleiter, der den Integrationsprozess beschleunigt, das Verständnis von Geschichte und Kultur des aufnehmenden Landes fördert und mit einem motivierenden und unterhaltsamen Zugang das Erlernen der Sprache des Gastlandes unterstützt.

Das Wirkungsziel auf der Ebene der Zielgruppe sieht somit wie folgt aus: Flüchtlinge bzw. Personen mit Migrationshintergrund lernen mit uugot.it die Gesellschaft des Gastlandes besser kennen und verbessern gleichzeitig ihre rezeptiven Sprachkenntnisse – und zwar nicht nur in der Standard- sondern ebenso in der Umgangssprache.

Wirkungskette

Stakeholder	Input	Aktivität	Output	Outcome
uugot.it	Zeit, Knowhow	Entwicklung einer Softwarelösung	Softwarelösung, die Zielgruppe gerne bedient	Ident mit Outcome der uugot.it-User
uugot.it-User	Interesse, Lernbereitschaft, Spaß	Erhalten mit uugot.it eine Dienstleistung bzw. Freizeitaktivität	Festigung und Vertiefung der Sprachkenntnisse	Besseres Verständnis für die Kultur & Gesellschaft des Landes
Bildungseinrichtungen	Zahlungsbereitschaft	Setzen uugot.it im Unterricht ein bzw. agieren als Multiplikatoren	Gesteigertes Interesse am Unterricht	Aufmerksamere und zufriedenere Kunden
Rundfunkanstalten	Kooperationsbereitschaft	Content-Lieferant	Erweiterung der Zuseherschaft, durch uugot.it Aufwertung des Contents	Positive Außenwahrnehmung
Staat/Kommunen	Zahlungsbereitschaft	Intermediär zwischen Stakeholdern	Anzahl jener, die besser in Gesellschaft integriert sind	Besseres Miteinander in der Bevölkerung, Abbau von Konfliktpotentialen

Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

In diesem Abschnitt werden Input, Output und Outcomes durch die Nutzung von uugot.it dargestellt, um aufzuzeigen, welcher Impact erzielt wird.

Eingesetzte Ressourcen (Input)

Der Großteil der eingesetzten Ressourcen beinhaltet Arbeitsstunden von Mitarbeitern, welche die Applikation entwickeln. Dazu gehören bei der Produkterstellung Software-Entwicklung, Implementierung der Übersetzungssprachen, Schulung von Educators (= Lehrende, die uugot.it im Unterricht bzw. bei Sprachkursen einsetzen), Didaktisierungen von Videomaterial, Schließen von Kooperationen mit Bildungseinrichtungen wie Universitäten, Sprachkursdienstleistern oder Schulen, Öffentlichkeitsarbeit, um die Leistungen und den Impact von uugot.it zu kommunizieren sowie Kommunikation mit den Usern selbst, um durch deren Erfahrungen mit uugot.it Verbesserungen vorzunehmen.

SRS Reporting uugot.it

Um den Service betreiben zu können, werden Geldmittel benötigt. So fördert das österreichische Bundesministerium für Europa, Integration und Äußeres (BMEIA) uugot.it um den Service uugot.it für MigrantInnen in Österreich kostenfrei anbieten zu können. Das Land Oberösterreich hat ein von uugot.it erstelltes Integrationskonzept für die Gruppen der TschetschenInnen in OÖ beauftragt. Umsätze wurden nur in geringem Umfang erzielt, indem uugot.it an Bildungsinstitutionen in Sprach- und Integrationskursen in Form von uugot.it sCOOLing eingesetzt wurde.

Erbrachte Leistungen (Output)

uugot.it erfüllt seine Mission mittels der Sparten uugot.it TV und uugot.it sCOOLing. Zur Unterscheidung der beiden Services verweisen wir auf Seite 21. In Folge werden die umgesetzten Projekte im Detail vorgestellt.

uugot.it TV

Bei uugot.it TV wird tagesaktuelles Fernsehprogramm aus der Mediathek des ORF übernommen. So können NutzerInnen Newsbeiträge, Talkshows, Dokumentationen, aber auch Filme, Serien und Kindersendungen ansehen. Damit ist uugot.it die einzige Lösung weltweit, die Sprachenlernen mit tagesaktuellem Fernsehcontent ermöglicht bzw. darauf aufbauend den Integrationsprozess fördert. Das Team von uugot.it kuratiert dabei die Inhalte nur insofern, als dass Untertitel über eine entsprechende Qualität verfügen müssen. Ist diese nicht gegeben, etwa weil eine Latenz zwischen Audio und Untertitel besteht, wird die Sendung nicht übernommen, da eine mangelhafte Untertitelung Sprachenlernende überfordert.

Durch das Bundesministerium für Europa, Integration und Äußeres (BMEIA) kann uugot.it TV für alle EndnutzerInnen in Österreich kostenfrei zugänglich gemacht werden. Ziel ist dabei, dass sich zugewanderte Personen über das tagesaktuelle Geschehen im Land bei gleichzeitigem Abbau der Sprachbarriere informieren können. Damit wird der Integrationsprozess gesteigert.

Im Berichtsjahr konnten wir 3.423 AnwenderInnen auf allen Plattformen (Mobile und Desktop) von Ende September bis Jahresende tracken. Aufgrund eines internen Fehlers konnte die Anzahl der User erst ab der zweiten Septemberhälfte richtig aufgezeichnet werden, weshalb von einer höheren Nutzeranzahl auszugehen ist.

Für das Land OÖ wurde ein Integrationsprojekt im Rahmen der Integrationsoffensive II realisiert. Dabei sollte für die Fokusgruppe der TschetschenInnen ein Integrationskonzept umgesetzt werden – so die Vorgabe. Auf Seiten des Landes wurde erhoben, dass die Zielgruppe eine große Skepsis bzw. Misstrauen gegenüber staatlichen Einrichtungen, der Exekutive und Behörden entgegenbringt, was durch unterschiedliche Strukturen in und Erfahrungen aus dem Heimatland erklärbar ist. Um Wissensdefizite zur österreichischen Gesellschaft auszugleichen und Vertrauen in staatliche Systeme und Einrichtungen innerhalb der Zielgruppe aufzubauen und zu festigen, war unser Zugang, uugot.it für die Zielgruppe der TschetschenInnen zu erweitern und die Übersetzungssprache Russisch zu implementieren. Damit sollte sich die Zielgruppe unabhängig informieren können und der Integrationsprozess unterstützt werden.

In der Umsetzungsphase, bei der tatsächlichen Verteilung an die Zielgruppe, musste jedoch festgestellt werden, dass es schwierig war, an die recht abgeschottete Community heranzukommen. Auch der Umstand, dass wir hierbei mit einer Vertreterin der Community intensiv zusammenarbeiteten, änderte nichts daran. Zudem spricht die jüngere Zielgruppe fließend Deutsch,

SRS Reporting uugot.it

diese wurde ja auch in Österreich sozialisiert und ist hier zur Schule gegangen, weshalb die Notwendigkeit, uugot.it dafür zu nutzen, um sich unabhängig über die österreichische Gesellschaft und deren Entwicklungen zu informieren, bei gleichzeitigem Abbau der Sprachbarriere, nicht gegeben ist. Die Elterngeneration sieht, nachdem diese zum Teil schon seit über zwanzig Jahren in Österreich lebt, keine Notwendigkeit, etwas an der bestehenden Situation oder auch dem sprachlichen Status quo zu ändern, um etwa Deutsch zu verbessern.

Man hat sich mit der Situation arrangiert und möchte diesen Pfad auch nicht verlassen. Als in den 90iger Jahren des vergangenen Jahrhunderts die Gruppe der TschetschenInnen in Folge der Tschetschenienkriege zu uns geflüchtet ist, gab es keine Integrationsmaßnahmen.

uugot.it sCOOLing

Im Segment uugot.it sCOOLing wurde das Netzwerk aus Schulen, Bildungsinstituten, Universitäten und jeweiligen Vorfeldorganisationen gepflegt und ausgebaut und einige Projekte gestartet. Die Idee zu uugot.it sCOOLing entstand aus Pilotphasen mit Bildungsinstitutionen. Im Folgenden wird auf einzelne Projekte eingegangen.

VHS Linz

Jeder Besucher der VHS Linz hat durch die Einbindung von uugot.it in das IT-System der Bildungseinrichtung die Möglichkeit, den Service auf einem öffentlichen Desktop der VHS nutzen zu können. Zusätzlich wurde gemeinsam mit der VHS Linz eine Workshopreihe anlässlich des Tages der Sprachen im September 2019 umgesetzt, der als Testlauf für eine Sprachkursreihe, die in 2020 startet, diente. Die Workshops befassten sich mit unterschiedlichen Themengebieten und hatten uugot.it sCOOLing als zentrale Komponente im Fokus.

So wurde eine Kochsendung didaktisch aufbereitet. Nach der Erarbeitung des sprachlichen Handlungsfeldes im Kurssetting wurden mit der Gruppe die regionalen Köstlichkeiten nachgekocht, bei denen der erworbene Wortschatz praktisch eingesetzt und gefestigt werden konnte.

Ein weiterer Workshop befasste sich mit dem Thema „Junge Frauen in der Technik“ und sollte Denkmuster, dass Frauen in technischen Berufen nichts zu suchen hätten, aufbrechen. Beispielführend dabei war die Situation des Motorenwerks von BMW Steyr, wo ein Fokus auf Frauen in der Ausbildung gesetzt wird. Auch hier wurde in uugot.it sCOOLing mit einem Fernsehbericht zum Thema gearbeitet, der für den Unterrichtseinsatz didaktisiert worden war.

Die Workshopreihe zeigt beispielhaft, wie facettenreich sich der Einsatz von authentischem Fernsehen im Sprachunterricht erweist, sich nahtlos mit unterschiedlichen Themen verknüpfen lässt und so sämtliche Lebensbereiche mit authentischen Inhalten abgedeckt werden können. Neben Berufsorientierung und Kulinarik wurden ebenso zeitgeschichtliche Themen behandelt.

Universitärer Einsatz von uugot.it sCOOLing

Wie schon in der Vergangenheit, so haben unsere Partneruniversitäten in Lateinamerika, die UNAM (MEX), die UNRC (ARG) sowie die UFPR (BRA) uugot.it sCOOLing weiterhin eingesetzt. Seit zwei Jahren wird an diesen Hochschulen uugot.it im DaF-Unterricht verwendet, wobei beinahe das gesamte Sprachspektrum (A1 bis C1) abgedeckt wird. Die Grundmotivation der Studierenden reicht dabei vom Interesse an der deutschen Sprache (ARG) bis dahin, später beruflich mit deutschsprachigen Ländern zu tun zu haben (UNAM). Bei der UFPR handelt es sich fast ausschließlich

SRS Reporting uugot.it

um angehende DeutschlehrerInnen. Durch die unterschiedlichen Sprachstände, aber auch durch Beobachtungen und Erfahrungen aus dem Unterrichtseinsatz profitieren wir von hilfreichen Input für die weiteren Entwicklungen.

Pilotprojekt AMS/BFI

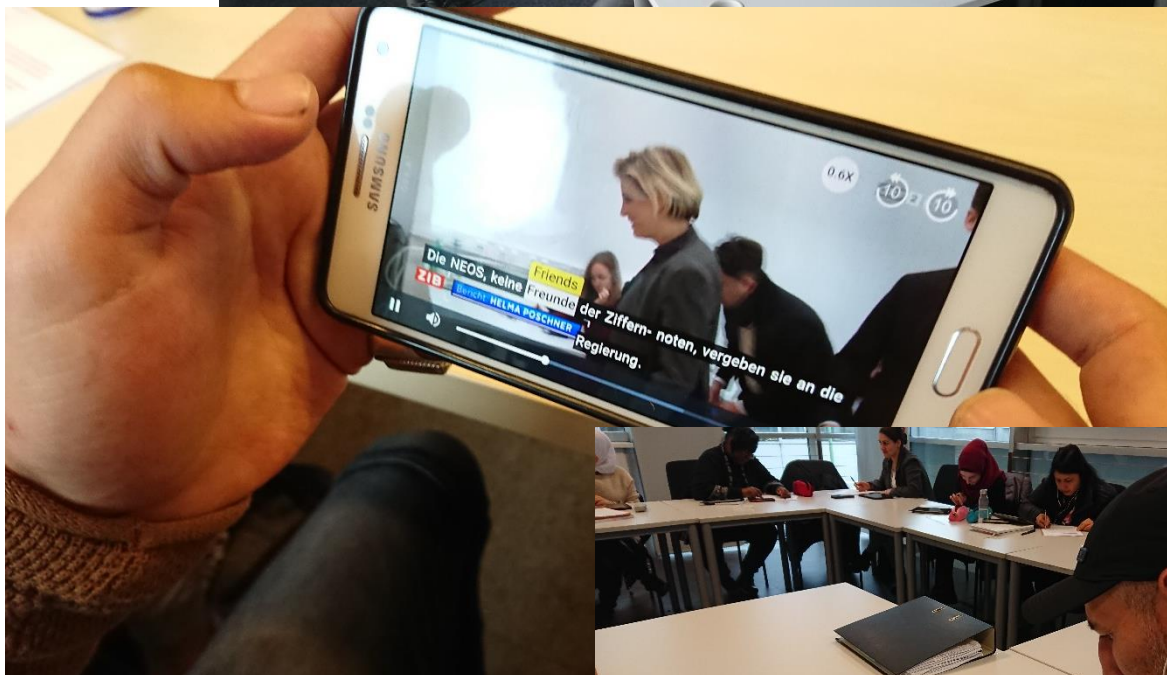
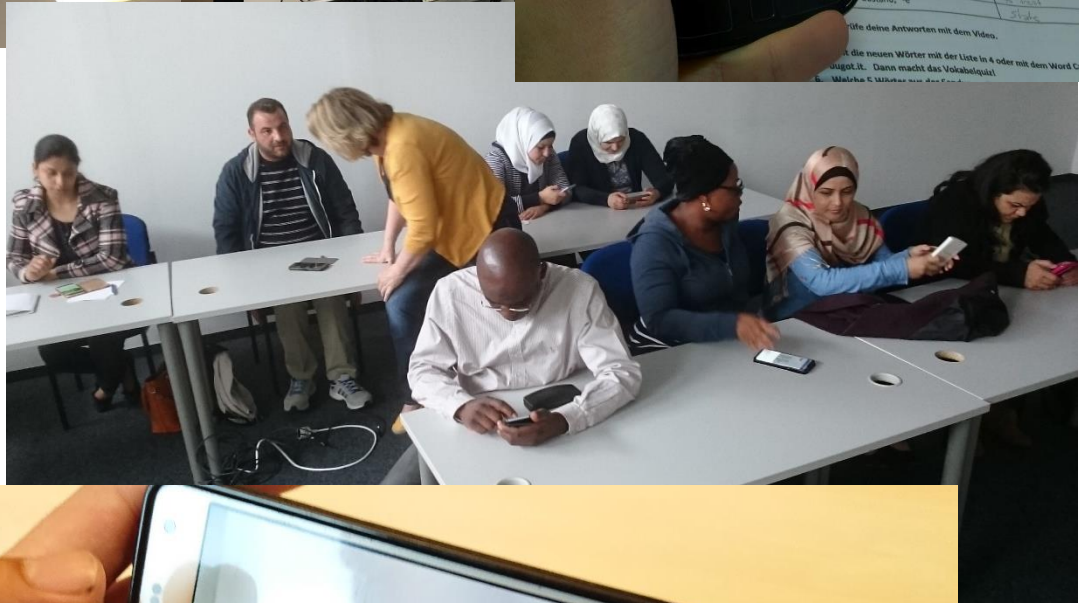
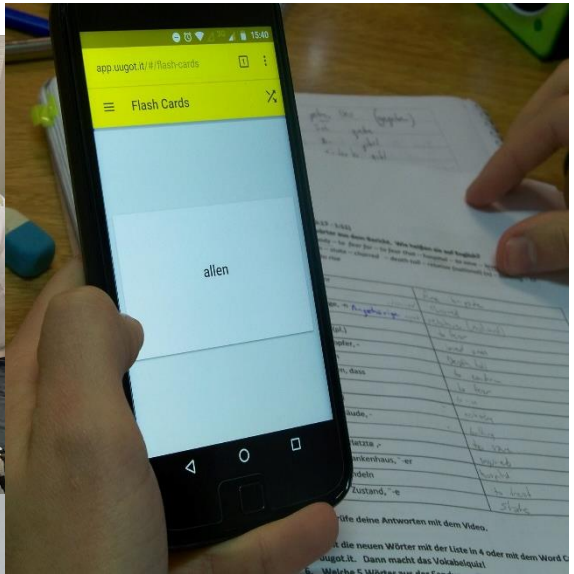
In Kooperation mit dem Arbeitsmarktservice Oberösterreich (OÖ) ist im Oktober 2019 ein Pilotversuch angelaufen, bei dem uugot.it sCOOLing in Kursen für Arbeitsuchende mit anderer Erstsprache als Deutsch (Deutsch als Zweitsprache, kurz: DaZ) eingesetzt wird. Die Niveaus der TeilnehmerInnen reichen dabei von A1 bis B1. Thematisch bedient man sich des gesamten Videokatalogs von uugot.it, wobei das Projektteam des bfi OÖ als kursleitendes Institut Schwerpunkte bei der Auswahl des Contents gesetzt hat. Angebunden an uugot.it wurden vorerst zwei bfi-Standorte in Oberösterreich. Nach jedem Kursende werden die KursteilnehmerInnen befragt. Sowohl KursteilnehmerInnen wie auch Lehrende begrüßen den Einsatz von uugot.it sCOOLing als zusätzliches Lehrmaterial. Eine detaillierte Darstellung ist im Kapitel Nutzerverhalten angeführt.

uugot.it in der Ausbildung von Lehrkräften

In der Lehreraus- und fortbildung wird uugot.it zukünftig ebenso eine Rolle spielen. uugot.it wurde in den Ausbildungskatalog der KPH Wien/Krems aufgenommen. Ziel dabei ist es, DaZ-Lehrenden die Einsatzmöglichkeiten von Fernsehen und Untertiteln im Sprachunterricht näher zu bringen und auch unterschiedliche Unterrichtsszenarien von uugot.it sCOOLing und Best Practices anderer Bildungsinstitute, die uugot.it bereits einsetzen, zu zeigen.

In einem ersten Schritt wurde uugot.it sCOOLing hauptsächlich im Bereich der Erwachsenenbildung eingesetzt, für das Frühjahr 2020 ist ein erster Einsatz in Deutschförderklassen der Sekundarstufe I fixiert.

uugot.it im Piloteinsatz



uugot.it – EIN Service, ZWEI Produkte

Die Welt von uugot.it! Mit uugot.it TV und uugot.it sCOOLing stehen zwei unterschiedliche Anwendungsmöglichkeiten zur Verfügung. Gemein ist beiden der Einsatz von authentischem Fernsehen und interaktiven Untertiteln - das Herzstück von uugot.it.

Aber wo liegen die Unterschiede im Anwendungsbereich?

uugot.it TV

Angeschlossen an den ORF werden bei uugot.it TV täglich aktuelle Sendungen zur Verfügung gestellt. Inhaltlich wird dabei das gesamte Spektrum des ORF-Programms abgedeckt. Von News über Dokumentationen, Talk-Sendungen, Serien und Filmen findet sich darin die gesamte Bandbreite an Sendeformaten.

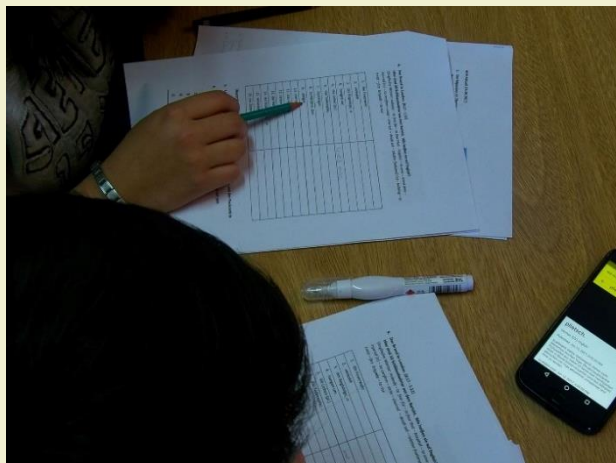


uugot.it sCOOLing

uugot.it sCOOLing wurde speziell für den Schul- und Kurseinsatz entwickelt.

Dabei steht ein fester Programm katalog mit didaktisiertem Sendematerial von W24, LT1 und Tirol TV zur Verfügung. Das bedeutet, dass für jede Sendung didaktisches Begleitmaterial inklusive Lehrerhandreichung vorhanden ist - und zwar für alle Sprachniveaus. Dadurch lässt sich insbesondere bei inhomogenen Lernergruppen einfacher eine Binnendifferenzierung erzielen.

Lehrkräfte können mit minimalem Aufwand ihre Klassen und LernerInnen managen und authentisches und aktuelles Videomaterial im



Sprachunterricht einsetzen.

Die Didaktisierungen begünstigen einen Wechsel der Sozialformen im Unterricht und bewirken, dass Interaktivität und Interaktion einander nicht ausschließen.

Abbildung 4: Studenten der UNRC beim Einsatz mit uugot.it sCOOLing

Wandern in 39 Metern Höhe
B1

Titel: „Wandern in 39 Metern Höhe“

Link: <https://app.uugot.it/video/lt1/5d517ccf5a90e92176df516c>

Level: B1

Art: D

Sequenzbereich: 00:00 – 04:30

Thematik: Natur, Freizeit

Wortfelder und sprachliche Handlungen: Kochrezept, Schlüsselwörter, globales und selektives HV.

Grammatik: Passiv

Vor dem Sehen

1. Sehen Sie das Bild unten an und beschreiben Sie es ganz detailliert: was erkennen Sie wieder, wie sieht die Region aus, usw. Lesen Sie dann Ihre Notizen in Kleingruppen vor. Welche Notizen/ Begriffe/ Beobachtungen/ haben Sie gemeinsam?



Quelle: <https://gruenberg.info/de/>

2. Was vermuten Sie, welche Aktivitäten können Besucher dort machen? Kreuzen Sie an. Was haben Ihre Kollegen/ -innen angekreuzt? Vergleichen Sie, wenn möglich.

- | | | | |
|--------------------------------------|--|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Auto fahren | <input type="checkbox"/> wandern | <input type="checkbox"/> spielen | <input type="checkbox"/> schwimmen |
| <input type="checkbox"/> Rad fahren | <input type="checkbox"/> spazieren gehen | <input type="checkbox"/> kochen | <input type="checkbox"/> fernsehen |
| <input type="checkbox"/> essen | <input type="checkbox"/> baden | <input type="checkbox"/> Skifahren | <input type="checkbox"/> sich ausruhen |

Abbildung 5: Didaktisierung aus uugot.it sCOOLing (B1)

Der Output wurde durch die laufende Kommunikation und eine Befragung (mittels eines Umfragetools oder mittels Papierfragebögen) am Ende jedes Kurses erhoben. Teilweise gab es Treffen mit einzelnen Usern, bei denen Tiefen-Interviews geführt wurden.

Das Nutzerverhalten wurde mittels eines Analysetools, welches die Verwendung der Applikation durch die User aufzeichnet, auf Basis von Nutzungsdauer, Anzahl der Sessions, aber auch in Form von User-Journeys analysiert. Zusätzlich gehen Reports an teilnehmende Partnerinstitute, um Informationen zum Einsatz von uugot.it sCOOLing zu erhalten.

Die Verwendung von uugot.it

Übersetzungssprachen

uugot.it übersetzt TV-Sendungen in der Zielsprache Deutsch mittlerweile in neun verschiedene Sprachen. Neben Russisch, Italienisch und Französisch wurden 2019 zuletzt die Sprachen Dari/Farsi und Rumänisch im Oktober eingebunden.

Englisch ist mit knapp 47% jene Übersetzungssprache, die 2019 am häufigsten ausgewählt wurde. Dies liegt wohl auch daran, dass AnwenderInnen, deren Erstsprache von uugot.it nicht unterstützt wird, auf Englisch als Brückensprache zurückgreifen.

Knapp 18% der AnwenderInnen ließen sich die Sendungen auf Arabisch übersetzen.

An der dritten Stelle rangiert bereits Dari/Farsi mit 17,44%. Da die Sprache erst im Oktober 2019 implementiert wurde, ist klar ersichtlich, dass sie in der Zeit von Oktober bis Dezember überproportional häufig nachgefragt wurde. Der gesamte Auswertungszeitraum umfasst September bis Dezember. Die weiteren Sprachen im Überblick:

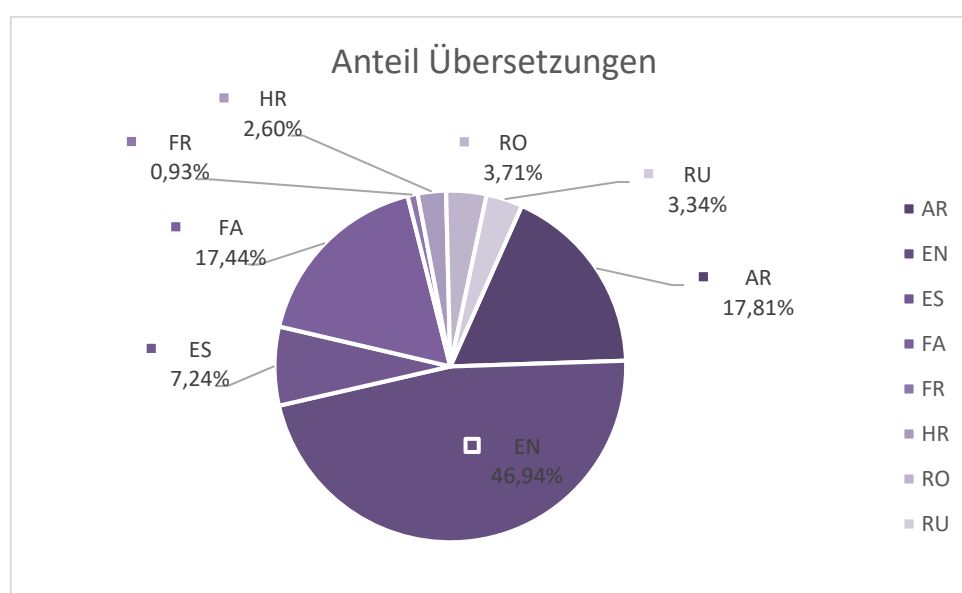


Abbildung 6: Anteil der Übersetzungssprachen bei den intralingualen Untertiteln

Nutzerverhalten der AnwenderInnen

Es kann festgehalten werden, dass nur jene NutzerInnen uugot.it nachhaltig verwenden, die motiviert sind und das intrinsische Verlangen danach haben, sich weiter zu entwickeln, die Sprache zu lernen bzw. die Sprachkenntnisse zu verbessern und/oder an den nationalen und globalen Themen interessiert sind.

Weiters wurde erhoben, dass bildungsaffine Personen die Applikation intensiver verwendeten. Wenn Personen über eine verpflichtende Kursmaßnahme zur Verwendung gewissermaßen „gezwungen“ worden waren, war die Nutzung tendenziell geringer als wenn sich TeilnehmerInnen aus freien Stücken zur Teilnahme an einem Deutschkurs entschieden hatten.

Wir konnten weiters erheben, dass Personen, die in Kursen oder Vorlesungen mit uugot.it sCOOLing arbeiteten, uugot.it TV auch in ihrer Freizeit stärker einsetzten. Mögliche Erklärungen dafür könnten sein, dass durch den Einsatz von uugot.it im Unterrichtskontext das Tool nicht nur an Glaubwürdigkeit gewinnt, sondern die TeilnehmerInnen auch positive Lernerlebnisse erfahren. Sie bauen uugot.it in ihre Lernroutine ein und verwenden die App im privaten Umfeld weiter. Wird uugot.it in Kursen hingegen nur als additives Lerntool für daheim empfohlen, die Applikation aber im Unterricht nicht verwendet, ist meist nur ein kurzzeitiger Einsatz festzustellen, weil die tägliche Routine fehlt. Um Aufmerksamkeitsspannen zu verlängern und gezielt Sprachkenntnisse zu verbessern, wird zukünftig vermehrt auf den didaktischen Bereich fokussiert werden.

Nutzerzufriedenheit

Der Einsatz von uugot.it sCOOLing sorgt für anregende Abwechslung im Unterricht. Lernende sind durch den Einsatz von uugot.it sCOOLing motivierter, berichten Lehrende, da es den Unterricht auflockert und authentische Sprache zudem als spannende Herausforderung gesehen wird. Der digitale Aspekt wird obendrein als „cool“ und „modern“ empfunden. Die Nutzerzufriedenheit ist generell hoch.

Insbesondere jüngere NutzerInnen beklagen indes, dass bei uugot.it TV der ORF als einzige Content-Quelle zu wenig unterhaltsam ist. Dominiert wird das Programm von Newsinhalten. Filme und Serien, die von der Zielgruppe stärker gefordert werden, treten weniger in den Vordergrund. Gleiches gilt für Sendungsformate, welche die Zielgruppe der Zehn- bis Vierzehnjährigen sowie der Jugendlichen über Vierzehn ansprechen.

Die Akzeptanz bei den Usern und somit auch die nachhaltige Nutzung korrelieren maßgeblich von für die Zielgruppe spannenden Inhalten. Dies unterscheidet sich wenig von der generellen TV-Nutzung: Ist das Programm nicht interessant, wird man nicht fernsehen.

Demographische Aspekte der AnwenderInnen

Nachdem das Programm für Kinder und Jugendliche momentan sehr eingeschränkt ist, sind die NutzerInnen fast durchwegs über 18 Jahre alt. Bei der Geschlechtsverteilung gibt es einen leichten weiblichen Überhang mit 51,4%.

Das Bildungsniveau der TeilnehmerInnen wird, ausgenommen vom universitären Einsatz, aufgrund inhomogener Gruppen bei den Bildungsinstituten in Österreich nicht erhoben – hier fehlt auch der direkte Kontakt zu den AnwenderInnen.

SRS Reporting uugot.it

Der Großteil der User hat seinen Lebensmittelpunkt im urbanen Raum. Hintergrund ist dabei auch, dass sich die Verbreitungsaktivitäten aufgrund der beschränkten personellen Ressourcen auf Ballungsräume und Städte fokussieren.



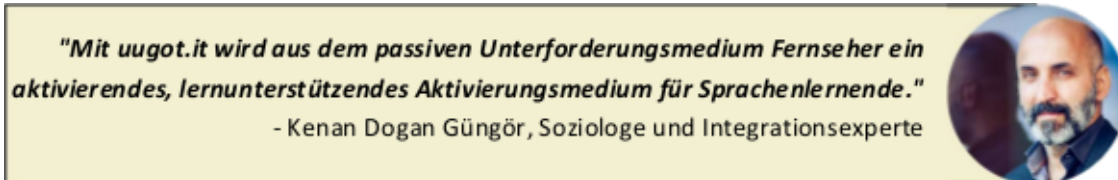
Abbildung 7: Bildungsinstitute, die uugot.it einsetzen.

Statements User/Educators/Stakeholders



„uugot.it macht wirklich Spaß. Besonders hat es dabei geholfen, die Umgangssprache zu verstehen.“

- Lanine Gum, geflüchtet aus der Demokratischen Republik Kongo



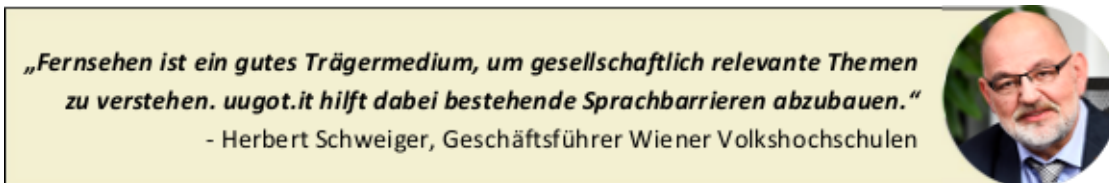
„Mit uugot.it wird aus dem passiven Unterforderungsmedium Fernseher ein aktivierendes, lernunterstützendes Aktivierungsmedium für Sprachenlernende.“

- Kenan Dogan Gungör, Soziologe und Integrationsexperte



„uugot.it ermöglicht Partizipation durch Sprache: Ein innovativer Ansatz der Sprachenlernen und Beteiligung am Diskurs der Aufnahmegesellschaft vereint.“

- Prof. Dr. Liana Konstantinidou, ZHAW Zürich, Angewandte Linguistik



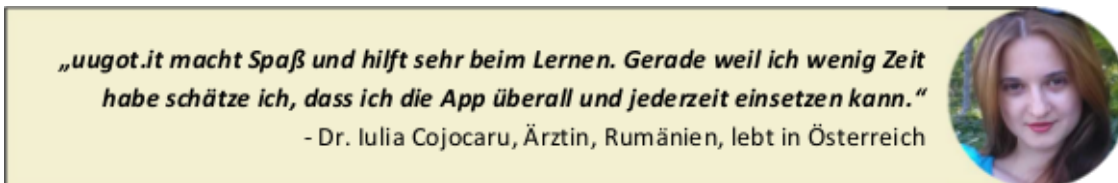
„Fernsehen ist ein gutes Trägermedium, um gesellschaftlich relevante Themen zu verstehen. uugot.it hilft dabei bestehende Sprachbarrieren abzubauen.“

- Herbert Schweiger, Geschäftsführer Wiener Volkshochschulen



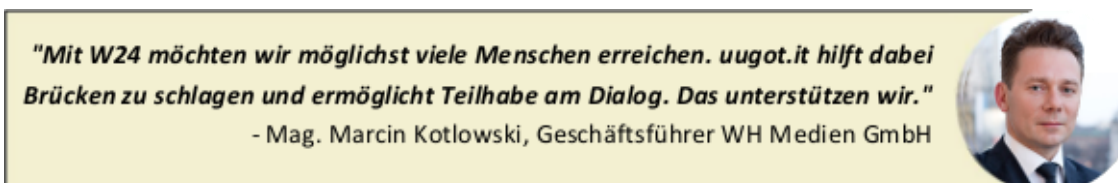
„uugot.it kann einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, den Integrationsprozess zu beschleunigen. Dieses Vorhaben möchten wir als Stadt Linz unterstützen.“

- Klaus Luger, Bürgermeister der Stadt Linz



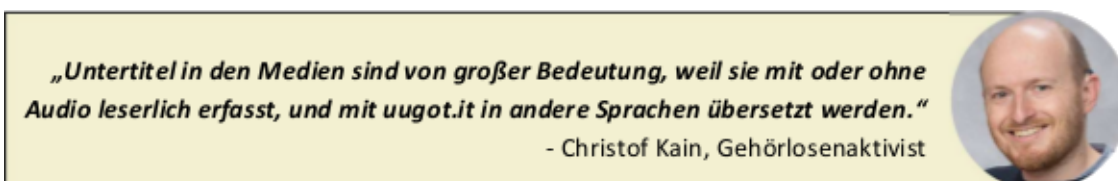
„uugot.it macht Spaß und hilft sehr beim Lernen. Gerade weil ich wenig Zeit habe schätze ich, dass ich die App überall und jederzeit einsetzen kann.“

- Dr. Iulia Cojocaru, Ärztin, Rumänien, lebt in Österreich



„Mit W24 möchten wir möglichst viele Menschen erreichen. uugot.it hilft dabei Brücken zu schlagen und ermöglicht Teilhabe am Dialog. Das unterstützen wir.“

- Mag. Marcin Kotlowski, Geschäftsführer WH Medien GmbH



„Untertitel in den Medien sind von großer Bedeutung, weil sie mit oder ohne Audio leserlich erfasst, und mit uugot.it in andere Sprachen übersetzt werden.“

- Christof Kain, Gehörlosenaktivist

Résumé und Ausblick - (Outcome/Impact)

Während des Berichtszeitraums hat das Team von uugot.it den Fokus bewusst nicht auf eine abschließende Beurteilung hinsichtlich der Verbesserung der Sprachkenntnisse bei den NutzerInnen gelegt.

Vielmehr lag dieser auf der Weiterentwicklung der Applikation, der Betreuung der Stakeholder sowie der Implementierung weiterer Sprachen. Allerdings wurde von den Universitätsdozentinnen der UNAM-Universität (MX), der UNRC (ARG) sowie UFPR (BR), welche uugot.it im Unterricht einsetzen, eigene Tests erstellt, bei denen mittels Vokabeltests überprüft wurde, ob sich uugot.it positiv auf das Lernverhalten auswirkt. Die Lektoren berichteten, dass uugot.it gerne von den Studierenden verwendet wurde (was sich auch in der Nutzungsdauer niederschlägt) und Vokabeln besser behalten wurden.

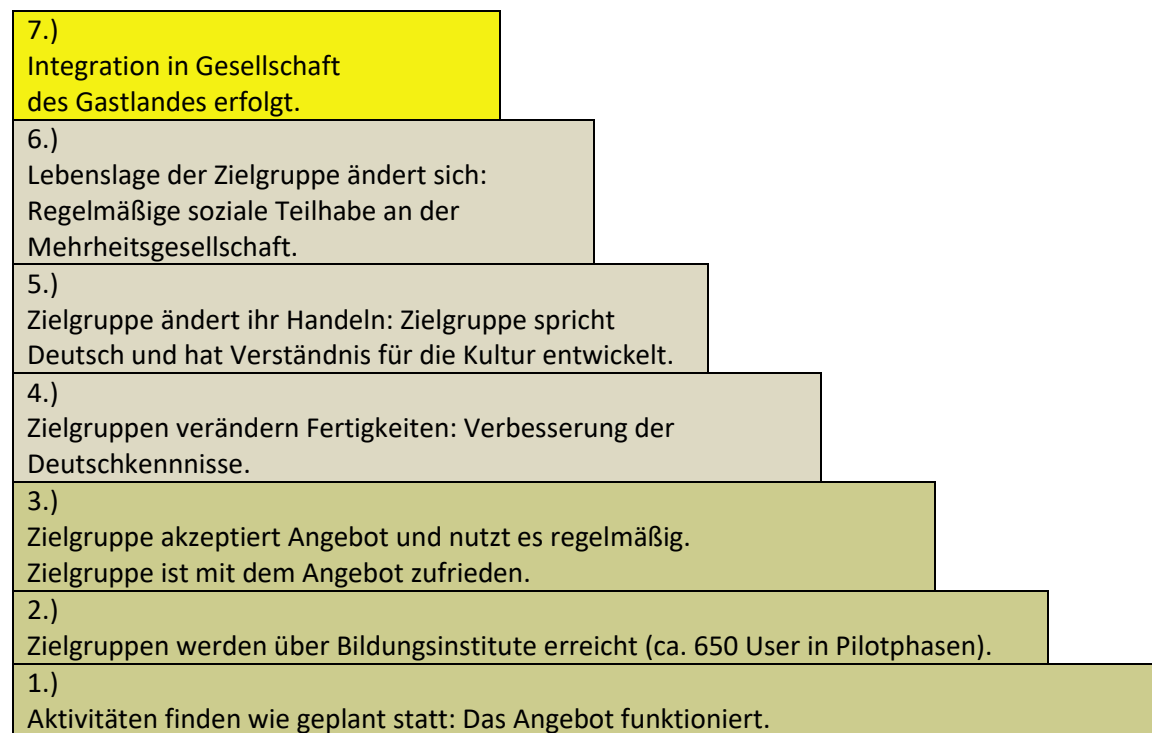
Aus Argentinien wie auch aus Mexiko wurde zurückgemeldet, dass die österreichische Kultur und die Themen, welche die Menschen in Österreich bewegen, besser verstanden wurden. Ähnliche Erfahrungen konnten bei der Pilotphase an den Wiener Volkshochschulen gemacht werden, welche uugot.it (mit uugot.it sCOOLing) erstmals in Österreich im Unterricht eingesetzt hatten. Lehrenden wie Lernende sehen den Einsatz von uugot.it im Unterricht positiv. Unisono wurde vermeldet, dass ein Tool wie uugot.it laufend im Unterricht eingesetzt werden sollte.

Obwohl der Verbleib innerhalb der Applikation sehr hoch ist, soll in 2020 der Fokus darauf gelegt werden, dass sich die NutzerInnen intensiver mit Lerninhalten auseinandersetzen.

Weiters ist die Attraktivierung der Inhalte und Erweiterung des Contents, auch im Hinblick auf jüngere Zielgruppen, die damit angesprochen und erreicht werden sollen, eine Aufgabe, die in den kommenden Monaten gelöst werden soll. Hier werden Kooperationen mit weiteren Content-Partnern angestrebt.

Auch wurde beim Projekt Integrationsoffensive II mit dem Land OÖ festgestellt, dass die Nutzung und Akzeptanz derartiger Tools höher ist, wenn die Integrationsmaßnahmen unmittelbar nach dem Ankommen gesetzt werden. Befindet sich die Zielgruppe schon über einen längeren Zeitraum hinweg im Land, verlieren sich nicht nur Motivation und Neugierde, sie findet sich auch mit ihrer Situation ab. Wie beim Projekt mit den Menschen mit tschetschenischer Herkunft beobachtet werden konnte, hat man sich längst in die eigene Community zurückgezogen, die man auch nicht mehr verlassen möchte. Obwohl innovativ, kann uugot.it in einem solchen Fall nur wenig bewirken. Die Gruppe der TschetschenInnen ist ein klares Beispiel dafür, dass der Staat vom ersten Tag an Integrationsmaßnahmen setzen muss.

Die Wirkungstreppe





Sprache lernen beim Fernsehen: Neue App wird in Linz getestet

LINZ. Die Sprache ist die Eintrittskarte ins gesellschaftliche Leben. Philipp Etzlinger, gebürtiger Linzler, ist davon aus eigener Erfahrung fest überzeugt.

Als er 2003 in Frankreich lebte, wurde ihm die Welt in die Sprache des Landes beziehungsweise in die Eigenheiten des Lebens dort durch das Fernsehen ermöglicht. Wo er sich beim TV-Schauen noch jede Menge Wörter aufschreiben musste, um besser zu verstehen und sich zu verständigen, hat er nun gemeinsam mit dem US-Amerikaner Scott Fertig und der Italienerin Francesca Sannazzaro ein erfahrenes Gründerteam gebildet und eine Sprachlern-App entwickelt. Nach einem Jahr geht uugot.it nun mit Unterstützung der Stadt Linz in die Pilotphase.

Testphase in der VHS Linz

Deutschkursteilnehmer der Volkshochschule Linz erhalten fünf Wochen lang Zugang zu der Sprachlern-App, die sich das Fernsehen zu Nutze macht. Jeden Tag kommen neue Videos ins Angebot dazu, das direkt mit der TV-Thek des ORF verbunden ist. Wer Deutsch lernen will, kann sich das Video einer Nachricht in vier verschiedenen Abspielgeschwindigkeiten ansehen. Das Gehörte läuft als Untertitel mit. Wer ein Wort nicht versteht, klickt drauf und bekommt die Übersetzung.

Neben der Verbesserung der Sprachkompetenz lernen die uugot.it-User die Bräuche und Regeln eines Landes kennen. Mit der Sprachlern-App wird eine wichtige Integrationsmaßnahme für Flüchtlinge und Migranten gesetzt. Bürgermeister Klaus Luger ist begeistert, dass die innovative Idee mit Unterstützung der „Creative Region“ von Linz aus um die Welt gehen könnte. (rgr)

E-LEARNING Stadt Wien setzt bei Sprachkursen für Flüchtlinge auf Startup uugot.it

11. Oktober 2018, 10:20
Sara Grasel



Das Wiener Social-Impact-Startup uugot.it hat sich einen starken Partner geangelt. Die App, mit der beim Fernsehen Sprachen gelernt werden können, wird von der Stadt Wien im Projekt „Start Wien – Das Jugendcollege“ eingesetzt. Das Jugendcollege findet an den Wiener Volkshochschulen statt und richtet sich vor allem an Migranten und Asylwerber bis 21 Jahre, die nicht mehr schulpflichtig sind.

Sprachen lernen mit der Wiener App uugot.it © Philipp Etzlinger



Teil C

Organisationsprofil

In diesem Abschnitt werden allgemeine Angaben zur Organisation getätigt.

Allgemeine Angaben:

Name der Organisation	uugot.it
Sitz von uugot.it	1230 Wien, Putzendoplergasse 16/32/10
Gründung von uugot.it	28.04.2016
Rechtsform	GmbH
Kontaktdaten	www.uugot.it bzw. ask_uu@uugot.it

Anzahl der Mitarbeiter:

	2019
Anzahl Mitarbeiter	9
davon hauptberuflich	1
davon Honorarkräfte	5

Organe und Eigentümer der Gesellschaft:

Gesellschafter	Anteil
Mag. (FH) Philipp Etzlinger	91%
Scott Fertig	7%
Eunomia OG	2%

Geschäftsführung: Mag. (FH) Philipp Etzlinger

CTO: Dipl.-Ing. (FH) Klemens Zleptnig

Didactic Head: Univ.-Doz. Mag. Anke Holzapfel

Finanzen:

Die uugot.it GmbH befindet sich zum Zeitpunkt noch in der Entwicklung des Service, weshalb Umsätze nur im kleinen Umfang generiert werden. Allerdings konnte schon ein erster Großkunde gewonnen werden.

Momentan finanziert uugot.it den Betrieb aus Mitteln der Fördergeber wie dem Land Oberösterreich oder dem Bundesministerium für Europa, Integration und Äußeres sowie Einlagen und Eigenleistungen der Gesellschafter.

Die Verwendung der Mittel wird über eine doppelte Buchhaltung erfasst und vom Steuerberater der Gesellschaft, Kanzlei Dr. Cesky, der Jahresabschluss erstellt sowie die Lohnverrechnung durchgeführt. Die Rechnungslegung entspricht dabei den gesetzlichen Vorgaben österreichischer gesetzlicher Vorgaben. Zu Beginn des Wirtschaftsjahres wird im Zuge einer Gesellschafterversammlung über die Verwendung der finanziellen Mittel Beschlüsse gefasst.

SRS Reporting uugot.it

Internes Kontrollsystem:

Innerhalb des Unternehmens kann nur Philipp Etzlinger Überweisungen vornehmen.

Ein internes Kontrollsystem besteht seit dem Ausscheiden von Scott Fertig aus dem Unternehmen nicht mehr. Jahresabschlüsse werden im Zuge der Generalversammlung festgestellt und die Geschäftsführung entlastet.