

# JAHRES- UND WIRKUNGSBERICHT 2020

nach dem Social Reporting Standard

Spracherwerb und Inklusion  
durch Fernsehen mit interaktiven Untertiteln



*„Ich kenne das Gefühl des ‘Ausgeschlossen-Seins’, wenn man die Sprache nicht spricht. Ich kenne aber auch die **Freude der Zugehörigkeit**, die ich jetzt empfinde, **da ich Dialekt und Standardsprache spreche** und mit dem komplexen sprachlichen Arrangement der Deutschschweiz vertraut bin. **(Sprachlich) integriert zu sein, bedeutet, sich als Teil einer Gemeinschaft zu fühlen, sich neu verwurzeln zu können, sich in seiner Umgebung wohl zu fühlen.**“*

Dr. Mariana Petkova  
Co-Studiengangsleiterin BA Sprachliche Integration  
ZHAW Zürich



## Inhaltsverzeichnis

### Teil A – Überblick

1	Einleitung .....	6
1.1	Vision und Ansatz	6
1.2	Gegenstand des Berichts	7

### Teil B – Unser Angebot

2	Die gesellschaftlichen Herausforderungen und unser Lösungsansatz.....	8
2.1	Die gesellschaftlichen Herausforderungen	8
2.2	Bisherige Lösungsansätze	8
2.3	Unser Lösungsansatz	10
2.3.1	Leistungen (Output) und direkte Zielgruppen.....	11
2.3.2	Intendierte Wirkungen (Outcome/Impact) auf direkte und indirekte Zielgruppen .....	18
2.3.3	Darstellung der Wirkungslogik .....	18
3	Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum.....	19
3.1	Eingesetzte Ressourcen (Input)	19
3.2	Erbrachte Leistungen (Output)	19
3.2.1	uugot.it TV.....	19
3.2.2	uugot.it sCOOLing .....	22
3.3	Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)	25
3.4	Statements User/Educators/Stakeholders	30
3.5	Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung	31
4	Planung und Ausblick.....	31
4.1	Planung und Ziele	31
4.2	Einflussfaktoren: Chancen und Risiken	32
5	Organisationsstruktur und Team .....	33
5.1	Organisationsstruktur	33
5.2	Vorstellung der handelnden Personen	33
5.3	Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke	34

### Teil C – Unsere Organisation

6	Organisationsprofil .....	35
6.1	Allgemeine Angaben über die Organisation	35
6.2	Governance der Organisation	35
6.2.1	Leitungsorgan .....	35
6.2.2	Aufsichtsorgan .....	35
6.2.3	Beirat.....	36
6.2.4	Interessenskonflikte .....	37
6.2.5	Internes Kontrollsystem.....	37

6.3	Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen	37
6.3.1	Eigentümerstruktur der Organisation .....	37
6.3.2	Verbundene Organisationen .....	37
6.4	Umwelt- und Sozialprofil	37
7	Finanzen, Rechnungslegung .....	38
7.1	Buchführung und Rechnungslegung	38
7.2	Finanzielle Situation und Planung	38

## Vorwort

Sehr geehrte Partner, Förderer und Interessenten!



Als wir uns im Jänner 2020 an unseren ersten Social-Impact-Bericht setzten, war Corona nicht mehr als eine mediale Randnotiz, ein Virus, das in einer Provinz im weit entfernten China Thema war. Dass ausgerechnet dieses Virus in unmittelbarer Zukunft massive Auswirkungen auf unser aller Leben haben würde, schien undenkbar.

Unrealistisch, gar apokalyptisch hätte im Jänner 2020 ein Blick in die Glaskugel angemutet. Ein Blick auf jene Zukunft, die bereits einen Monat später Wirklichkeit geworden war. Eine Pandemie, die jeden einzelnen von uns seitdem tagtäglich tangiert und uns wohl auch noch länger beschäftigen wird: mit Lockdowns, Ausgangsbeschränkungen, sich laufend ändernden Maßnahmen, Arbeitsverboten für ganze Berufsgruppen und Branchen...

Eigentlich der Stoff, aus dem Katastrophenfilme gemacht werden. Große Verunsicherung machte sich in der Bevölkerung breit, was u.a. zu leergekauften

Supermarktregalen führte – nicht mehr als ein hilfloser Versuch, um den erlebten Kontrollverlust zu kompensieren.

Die Politik war nun gefordert, zu beruhigen, aufzuklären, zu handeln, Konsequenz zu zeigen, und tat dies mit gefühlt täglich stattfindenden Pressekonferenzen und -statements. Es gab Expertenrunden, Empfehlungen, um sich und andere zu schützen, Informationen zu den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen, Gebote, Verbote und Maßnahmenpläne – und all dies wurde über die Medien kommuniziert.

Corona-News waren an der Tagesordnung, doch auf MigrantInnen wurde vergessen. Sie waren von dieser Informationsflut abgeschnitten. Wie sollten sich jene, deren Deutsch nicht ausreichte, um die Nachrichten zu verstehen, informieren? Verunsicherung und Angst waren bei diesen Menschen wohl noch größer, denn Informationen schnell zu bekommen und zu verstehen, gibt Sicherheit.

Bei uugot.it erkannten wir diese Problematik, noch bevor in Österreich der Ausnahmezustand einsetzte. Öffentliche Institutionen würden überfordert sein, die sich überstürzenden Ereignisse migrantischen Bevölkerungsanteilen mehrsprachig zur Verfügung zu stellen, soviel war absehbar. Darum machten wir uns schon im Februar daran, einen eigenen Channel rund um das Thema zu entwickeln, einen Corona-Channel, um alle Informationen kanalisiert sprachbarrierefrei zugänglich zu machen – der erste Corona-Channel, den es übrigens im deutschsprachigen Raum gab.

Damit einher ging auch eine veränderte Arbeitsweise im Team: Mehrmals täglich bereiteten wir Informationen auf und stellten Videos online... Die NutzerInnen dankten es uns - die Userzahlen gaben

uns Recht, denn der Informationsbedarf war riesig. Spätestens zu diesem Zeitpunkt musste jedem Zweifler, jeder Zweiflerin klar sein, wie wichtig ein Service wie uugot.it ist, um den Menschen die Autonomie zu geben, sich selbst zu informieren - und nicht darauf warten zu müssen, bis jemand aus der Community Nachrichten übersetzt.

Ich lade Sie ein, uns auf unserem Weg zu begleiten, und wir berichten auf den folgenden Seiten, welchen gesellschaftlichen Impact wir mit unserem Tun im abgelaufenen Jahr erzielt haben.

Herzlichst

Ihr Philipp Etzlinger

# Teil A - Überblick

## 1 Einleitung

### 1.1 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 dabei 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 wirklichkeitstreuere Spiegelbild der Bevölkerung ist - und außerdem ein wunderbarer Sprechansatz.

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 und Sendungen mit Arbeitsmaterialien für den Kurs- und Unterrichtseinsatz ausgestattet.



Abbildung 1 - Das Coronavirus Kindern einfach erklärt (Stadt Wien)

Unser Ziel ist es, einen möglichst niederschweligen und alltagstauglichen Weg zu schaffen, wie Sprache gelernt und der Zweitspracherwerb gefördert werden kann. Dabei wollen wir den Unterhaltungs- mit dem Integrationsaspekt verbinden. uugot.it ist eine Plattform, die Fernsehsender und Content-Anbieter 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 die TV-Stationen, die

der Erfüllung ihres gesellschaftlichen Auftrags noch besser nachkommen können - und nicht zuletzt die gesamte Gesellschaft. uugot.it ist ein System, das sich skalieren und an die Bedürfnisse und Herausforderungen von Sprachenlernenden anpassen lässt.

Wir von uugot.it streben nach einer **diversen, egalitären, demokratischen und offenen Gesellschaft**. Diesen Wertekanon einer plurizentrischen Gesellschaft wollen wir auch unseren Zielgruppen vermitteln.

Das **Prinzip von uugot.it** ist einfach: Die uugot.it-Technologie macht Videoinhalte mittels interaktiver Untertitel multilingual verfügbar. Diese Technologie wird den Zielgruppen über drei unterschiedliche Kanäle bereitgestellt.

Die Smartphone- und Web-Applikation **uugot.it TV** begleitet zugewanderte Menschen über einen längeren Zeitraum hinweg und führt sie an die Gesellschaft heran. Die App streamt tagesaktuell Fernsehinhalte und wird seit 2019 als besonders niederschwellige digitale Integrationslösung im Rahmen des NAP.I gefördert.

Für den Schul- und Kurseinsatz haben wir die Lernplattform **uugot.it sCOOLing** entwickelt. Sie bietet einen umfangreichen Programmkatalog mit didaktisiertem Sendematerial von mehreren Sendeanstalten, der in der Erwachsenenbildung und im Pflichtschulbereich eingesetzt werden kann.

## 1.2 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 Zugewanderten positiv unterstützend zu wirken.
Berichtszeitraum und -zyklus	Januar – Dezember 2020 Dieser Bericht wurde am 18. April 2021 fertiggestellt und am 02. August 2021 überarbeitet. Alle Informationen sind auf dem Stand vom 02. August 2021, soweit sie sich nicht ausschließlich auf das vergangene Geschäftsjahr 2020 beziehen.
Anwendung des SRS	Es wird die SRS-Fassung 2014 angewendet. Die uugot.it GmbH reportet seit dem Berichtsjahr 2019 nach SRS.
Ansprechpartner	Mag. (FH) Philipp Etzlinger

# Teil B – Unser Angebot

## 2 Die gesellschaftlichen Herausforderungen und unser Lösungsansatz

### 2.1 Die gesellschaftlichen Herausforderungen

Integration ist ein dauerhaftes Thema, mit hoher Brisanz seit der Flüchtlingskrise. In Folge der Unruhen und anhaltenden Konflikte im Mittleren Osten, in Nordafrika und im Sahel setzten massive Fluchtbewegungen ein. Ihren Gipfel erreichten diese in den Jahren 2015 und 2016, als in Österreich über 130.000 AsylwerberInnen<sup>1</sup> 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 2020<sup>2</sup> wird festgehalten, dass der Migrationsdruck im östlichen Mittelmeer aber neuerlich ansteigt, auch aufgrund des Unsicherheitsfaktors Türkei, mit dem ein Abkommen zur Aufnahme von Flüchtlingen besteht.

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 werden<sup>3</sup> oder aber auch, um einen Arbeitszuzug in Mangelberufen wie der Pflege zu begünstigen.

Es gilt daher, Menschen, die sich aktuell in Österreich befinden, zu empower, damit sie sich nachhaltig in die Gesellschaft integrieren können. Durch einen gelungenen Integrationsprozess wird ihnen nicht nur die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben überhaupt erst ermöglicht, es reduziert sich auch das gesamtgesellschaftliche Konfliktpotential. Der wirtschaftliche wie auch der gesellschaftliche Output der Zielgruppe werden gestärkt. Die beiden zentralen Erfordernisse in diesem Zusammenhang sind zum einen, die deutsche Sprache zu erwerben, zum anderen, sich Wissen über das Funktionieren der örtlichen Gesellschaft über diverse Lebensbereiche hinweg anzueignen.

### 2.2 Bisherige Lösungsansätze

Die Regierungen der beiden Staaten Deutschland und Österreich haben als Reaktion auf die Migrationsströme vermehrt Deutsch- und Integrationskurse angeboten. Diese Angebote wurden mittlerweile wieder zurückgefahren.

Das Problem: Integration passiert nicht von heute auf morgen. Es ist ein langer, individuell unterschiedlicher Weg bis zum tatsächlichen Ankommen in der neuen Gesellschaft. Restriktionen am

<sup>1</sup> Zahlen stammen aus „migration & integration“ 2017, S. 8, Statistik Austria

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

<sup>3</sup> Der UN-Menschenrechtsausschuss urteilte am 21.01.2020, dass Klimaflüchtlingen das Recht auf Asyl nicht verweigert werden darf: <https://www.dw.com/de/un-ausschuss-klima-ist-asylgrund/a-52089649>

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 entgegenzuwirken. Nicht nur MigrantInnen - aus welchen Gründen auch immer ihr Weg sie hierhergeführt hat – stehen vor vielfältigen Herausforderungen. Die gesamte Gesellschaft, von der Zivilgesellschaft bis zur Politik, ist mit den vielfältigen Herausforderungen angesichts der globalen Veränderungen konfrontiert, von denen auch Österreich nicht ausgeschlossen ist.

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 sie besser verstehen können. Dabei wird nicht nur Wissenswertes und Wichtiges über Land und Leute transportiert, sondern gleichzeitig die deutsche Standard- und auch Umgangssprache erworben.

Folgende Problemfelder wurden u.a. identifiziert

- Gesellschaftliche Integration von Zugewanderten (10 % der Gesamtbevölkerung) sowie von Asylberechtigten und subsidiär Schutzberechtigten (1,1 Mio. in 2015)
- Strukturelle Defizite beim Deutschkursangebot, z.B. länderspezifische Unterschiede, geographische Verfügbarkeit ist nicht überall gegeben, lange Wartezeiten
- Ungenügender Impact der Wertekurse
- Nach Absolvierung der Sprachkurse auf Sprachniveau B1 keine geeigneten Möglichkeiten, um die Deutschkenntnisse und den Spracherwerb weiter voranzutreiben
- Kursstruktur nicht motivierend genug
- Starke Prüfungsorientierung in den Kursen

Für die Teilnahme an Deutschkursen gibt es teils mehrmonatige Wartefristen (am Peak der Fluchtbewegung betrug diese über zwölf Monate). Der Kostendruck bei den Kursanbietern ist enorm. Die geringen finanziellen Ressourcen sind ein großes Thema: zu wenig Geld für Lehrmaterialien (z.B. Kursbücher oder digitale Angebote), 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 und unter sich 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 Geflüchtete im schlimmsten Fall über zwei Jahre warten müssen, bis sie einen Deutschkurs belegen können. Wertvolle Zeit, die ungenützt verstreicht.

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 vermehrt mit den Sprachkursen verknüpft. Für 2021 wurde bereits angekündigt, dass die Werte- und Orientierungskurse auf 16 Stunden angehoben werden.

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

### 2.3 Unser Lösungsansatz

Die uugot.it GmbH wurde 2016 als Social Entrepreneur Startup im EdTech-Bereich gegründet. uugot.it ist die erste digitale Lösung, die den Integrationsaspekt mit der Festigung der Landessprache verbindet. Das Tool bedient sich dabei des lokalen Fernsehens und ermöglicht es, während des Fernsehens Deutsch zu lernen und in die Gesellschaft einzutauchen. Über das Fernsehen werden lokale Inhalte, gesellschaftliche Konventionen und die Sprache in ihrer Vielfalt transportiert, was letztendlich zu gesellschaftlicher Teilhabe führt. Die Nutzung von lokalen Medien fördert das Verständnis für kulturelle Eigenheiten und die Diversität der österreichischen Bevölkerung.

Nach Österreich zugewanderte Menschen, egal ob mit Migrations- oder Fluchthintergrund oder aber auch Expats, stehen allesamt vor der Herausforderung, in einem fremden Land Fuß fassen zu müssen. Die sprachlichen Barrieren scheinen oftmals unüberwindbar. Der Zugang zur lokalen Gesellschaft wird durch die (noch) nicht vorhandene sprachliche Handlungsfähigkeit der Menschen erschwert. Intention und Ziel ist es somit, den Integrationsprozess zu beschleunigen, indem man sich mit der Gesellschaft vertraut macht und den Spracherwerb fördert.

Wir verfolgen einen inklusiven Ansatz. Muttersprachliche Kompetenzen unserer NutzerInnen werden für den Zweitspracherwerb genutzt und ihre Sprachbewusstheit gefördert. Das Informations- und Unterhaltungsbedürfnis wird in den Vordergrund gerückt und die Förderung des Spracherwerbs damit verknüpft. Unsere Zielgruppe - Zugewanderte mit nichtdeutscher Erstsprache - wird bei einer Tätigkeit abgeholt, die sie sowieso und noch dazu gerne macht: Fernsehen.

#### Wie funktioniert uugot.it?

**uugot.it** ist eine Smartphone-/Tablet-/Web-Applikation, die es ermöglicht, **während des Fernsehens Sprache zu erlernen** bzw. bestehende Sprachkenntnisse zu verbessern. Dabei werden TV-Sender auf ein Smartphone / Tablet oder einen PC gestreamt und die **Sendungen mit interaktiven Untertiteln** („Same Language Subtitles“) versehen. Wird ein **Wort nicht verstanden**, wird es per Klick **simultan übersetzt**. Jedes angeklickte Wort bleibt in der **personalisierten Lernumgebung** des Users gespeichert und kann später als interaktive „Learning Card“ erneut aufgerufen werden. Der Nutzer kann sich mit dem Begriff auseinandersetzen, sich die dazugehörige Videosequenz noch einmal ansehen und ihn dadurch lernen.

Durch authentisches, aktuelles Fernsehen nutzt der Anwender **stark individualisierte Lerninhalte, die seinen persönlichen Interessen entsprechen**, eingebettet in ein didaktisches Konzept. In folgendem [Video<sup>4</sup>](#) sehen Sie uugot.it im Einsatz.

<sup>4</sup> URL des Videos: <https://www.youtube.com/watch?v=6JP4HVa5pW4&feature=youtu.be>



## Sprachwissenschaftlicher Hintergrund

In einer Metastudie zum Thema "Untertitel als Sprachlernwerkzeug" hat die **Universität Wien**<sup>5</sup> 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.

## Übersetzung in elf Einzelsprachen

Derzeit sind folgende Übersetzungssprachen implementiert: **Arabisch, BKS, Englisch, Farsi, Französisch, Italienisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Somali, Spanisch.**

### 2.3.1 Leistungen (Output) und direkte Zielgruppen

Knapp ein Viertel der österreichischen Gesamtbevölkerung hat Migrationshintergrund<sup>6</sup>. 1,3 Mio. Menschen haben eine andere Erstsprache als Deutsch, 16,6 % haben keine oder geringe Deutschkenntnisse, 32,9 % fortgeschrittene Deutschkenntnisse.

Mit derzeit elf Übersetzungssprachen (AR, BKS, EN, ES, FA, FR, IT, PT, RO, RU, SO) können alle erreicht werden, die alphabetisiert sind und eine dieser Übersetzungssprachen verstehen (Erst- oder Brückensprache). Da viele Zugewanderte einer tendenziell jüngeren Alterskohorte angehören, sind sie über digitale Infrastruktur gut erreichbar.

### Fragestellungen der Bedarfs- und Umfeldanalyse

**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?**

<sup>5</sup> Studie Universität Wien „Untertitel als Sprachlernwerkzeug“: <https://www.univie.ac.at/germanistik/projekt/untis>

<sup>6</sup> Statistisches Jahrbuch Migration & Integration 2020

Im Jahr 2016 haben lt. Frankfurter Rundschau<sup>7</sup> 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 werden<sup>8</sup>. Diese Zahlen decken sich mit den Angaben des Goethe Instituts zum Bericht „Deutsch als Fremdsprache. Datenerhebung 2015“<sup>9</sup>. 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 <sup>10</sup>	DE <sup>11</sup>	CH <sup>12</sup>	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

Sowohl die Pandemie als auch eine restriktivere Asylpolitik führten zu einer Reduktion der Asylanträge in 2020. Allerdings ist ein neuerlicher Anstieg bei den Asylanträgen feststellbar. Im ersten Quartal 2021 gab es den höchsten Wert seit 2017.<sup>13</sup>

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.

Spezifische Integrations- und Wertekurse können diese Situation 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.

<sup>7</sup> <https://www.fr.de/kultur/millionen-menschen-sprechen-deutsch-11118041.html> (zuletzt abgerufen 31.01.2020)

<sup>8</sup> <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)

<sup>9</sup> <https://www.goethe.de/de/spr/eng/dlz.html> (zuletzt abgerufen 31.01.2020)

<sup>10</sup> BMI - [https://www.bmi.gv.at/301/Statistiken/files/Jahresstatistiken/Asyl-Jahresstatistik\\_2018.pdf](https://www.bmi.gv.at/301/Statistiken/files/Jahresstatistiken/Asyl-Jahresstatistik_2018.pdf)

<sup>11</sup> BAMF - [https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Statistik/SchluessezahlenAsyl/flyer-schluessezahlen-asyl-2018.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Statistik/SchluessezahlenAsyl/flyer-schluessezahlen-asyl-2018.pdf?__blob=publicationFile&v=3)

<sup>12</sup> SEM - <https://www.sem.admin.ch/dam/data/sem/publiservice/statistik/asylstatistik/2018/stat-jahr-2018-kommentar-d.pdf>

<sup>13</sup> <https://www.diepresse.com/5967152/asyl-zahl-der-antraege-schnellt-nach-oben> (zuletzt abgerufen am 18.04.21)

- MigrantInnen leben, insbesondere in Städten, oft abgeschottet und haben nur über ihre BetreuerInnen Zugang zur lokalen Bevölkerung. Dies bedingt den Rückzug in die eigene Community und begünstigt das Entstehen von Parallelgesellschaften.

### **Wer sind die Zielgruppen des Projektes? Was brauchen diese Menschen?**

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 Voraussetzung. Die Lesefähigkeit soll etwa dem Niveau Ende Primarstufe 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 zielt auf Menschen 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 um etwa Unterstützungsleistungen zu erhalten.

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 Bosnier<sup>14</sup>. Laut einer Studie der Statistik Austria<sup>15</sup> verfügten Bosnier über eine bessere Ausbildung, die in Österreich mehr nachgefragt wurde. Auch waren viele bosnische Frauen erwerbstätig, was dazu führte, dass die Gruppe über ein höheres Einkommen verfügte, was wiederum einer möglichen Ghetto-Bildung 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 zuvor 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, 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.

---

<sup>14</sup> Die Presse/Statistik Austria: <https://www.diepresse.com/4877903/arbeitsmarkt-bosnier-fassen-besser-fuss-als-serben>

<sup>15</sup> Studie Statistik Austria <https://derstandard.at/2000030611094/Warum-die-Integration-der-Bosnien-Fluechtlinge-klappte-und-es-heute>

## 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.

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?
<b>→ Zielgruppen</b>				
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 Sendungsvorschläge, die interessant sein könnten.
<b>→ weitere Stakeholder</b>				
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.

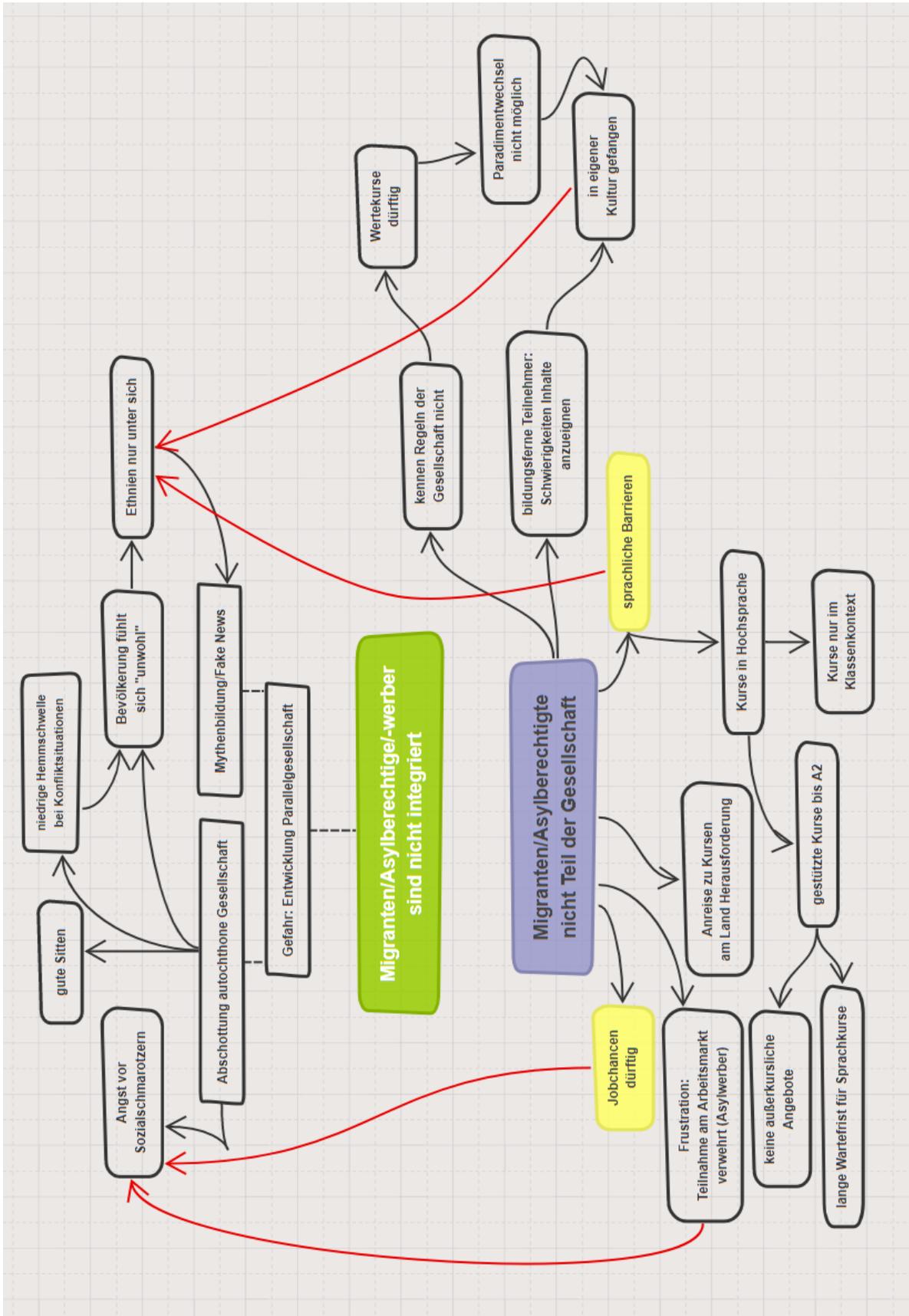
**Welche Angebote gibt es bereits im Umfeld? Welche Ergebnisse haben diese bisher erzielt? Welche Förderlücken sollten geschlossen werden? Wo ergibt sich die Möglichkeit zu kooperieren? Wo kann es zu Konkurrenzsituationen kommen?**

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 verflogen. 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 sehr testorientiert konzipiert sind. In den meisten Fällen funktioniert in diesem Stadium die selbständige Weiterentwicklung der Sprachkenntnisse noch nicht.

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.

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



### 2.3.2 Intendierte Wirkungen (Outcome/Impact) auf direkte und indirekte Zielgruppen

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

### 2.3.3 Darstellung der Wirkungslogik

Das Ziel von uugot.it ist es, Personen mit Flüchtlings- und Migrationshintergrund das Ankommen in der Gesellschaft des Gastlandes zu erleichtern und zu fördern. 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.

7.) Integration in Gesellschaft des Gastlandes erfolgt.
6.) Lebenslage der Zielgruppe ändert sich: Regelmäßige soziale Teilhabe an der Mehrheitsgesellschaft.
5.) Zielgruppe ändert ihr Handeln: Zielgruppe spricht Deutsch und hat Verständnis für die Kultur entwickelt.
4.) Zielgruppen verändern Fertigkeiten: Verbesserung der Deutschkenntnisse.
3.) Zielgruppe akzeptiert Angebot und nutzt es regelmäßig. Zielgruppe ist mit dem Angebot zufrieden.
2.) Zielgruppen werden über Bildungsinstitute erreicht (ca. 650 User in Pilotphasen).
1.) Aktivitäten finden wie geplant statt: Das Angebot funktioniert.

### 3 Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

#### 3.1 Eingesetzte Ressourcen (Input)

Der Großteil der eingesetzten Ressourcen beinhaltet Arbeitsstunden von MitarbeiterInnen, welche die Applikation weiterentwickeln. Dazu gehören Software-Entwicklung, Implementierung der Übersetzungssprachen, Schulung von Educators (= Lehrende, die uugot.it im Unterricht bzw. bei Sprachkursen einsetzen), das Didaktisieren 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.

Um den Service betreiben zu können, werden Geldmittel benötigt. So fördert das österreichische Bundeskanzleramt über den NAP.I den Service uugot.it TV zu einem Teil, um ihn für MigrantInnen in Österreich kostenfrei anbieten zu können.

In Zusammenarbeit mit dem Land Salzburg konnte ein Fördervorhaben zur Verbesserung der Übersetzungsalgorithmen in den Sprachen Englisch und BKS begonnen werden, welches im Jahr 2021 abgeschlossen sein wird.

Umsätze wurden zudem in Form von Lizenzgebühren von Bildungsinstitutionen, welche die Lernplattform uugot.it sCOOLing in den Deutschkursen einsetzen, erzielt. Begrenzte finanzielle Mittel dieser Institutionen lassen es nicht zu, den Service zu Marktpreisen anzubieten.

#### 3.2 Erbrachte Leistungen (Output)

##### 3.2.1 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 die Inhalte insofern, als dass Untertitel auf ihre Qualität hin überprüft werden. Ist diese nicht im erforderlichen Ausmaß gegeben, etwa weil eine Latenz zwischen Audio und Untertiteln besteht, wird die Sendung nicht übernommen.

Durch Mittel aus dem NAP.I kann uugot.it TV aufgrund einer Teilförderung für alle EndnutzerInnen in Österreich kostenfrei zugänglich gemacht werden. Zugewanderte können sich über das tagesaktuelle Geschehen im Land informieren, die Rechts- und Wertekultur kennenlernen, Medienkompetenz erwerben und die Sprachkenntnisse verbessern. Im Wesentlichen sind dies alle Personen,

- die die deutsche Sprache nicht gut genug beherrschen, um die mediale Berichterstattung ohne Unterstützung zu verstehen.
- die aufgrund familiärer/sozialer Rahmenbedingungen wenig Möglichkeit haben, Sprachförderangebote zu nutzen und Kontakte außerhalb der Familie / Community aufzubauen.

Im Jahr 2020 dominiert die Covid-19-Pandemie das Geschehen. Neben der Fortführung des bisher bereitgestellten Angebots von uugot.it TV galt daher das Hauptaugenmerk dem Aufbau des COVID-19-Channels sowie der zeitnahen Bereitstellung von Informationen über uugot.it TV.

#### **Themen-Channel: Covid-19**

Die Corona-Krise macht die Notwendigkeit deutlich, dass alle Menschen im Land mit zentralen Botschaften erreicht werden können und sie sich über seriöse Quellen informieren können, unabhängig von bereits erworbenen Deutschkenntnissen. Als sich im Februar 2020 abzuzeichnen begann, dass COVID-19 Einschnitte im täglichen Leben der Menschen in Österreich mit sich bringen würde, wurde mit den Umbauarbeiten im System begonnen, sodass auf app.uugot.it - als erstem österreichischen Portal noch vor dem eigentlichen Lockdown - und in der Android App ein eigener COVID-19-Channel eingerichtet war.

Im Nachhinein betrachtet, war es eine richtige Entscheidung, da die Bevölkerungsanteile mit nichtdeutscher Erstsprache durch uugot.it TV unmittelbar Zugang zu aktueller, seriöser und regionaler/nationaler Berichterstattung bekamen. Der Bedarf der Menschen an sprachbarrierefreien Informationen über COVID-19 war aufgrund der sich laufend ändernden Situation und der großen Verunsicherung der Menschen enorm hoch.

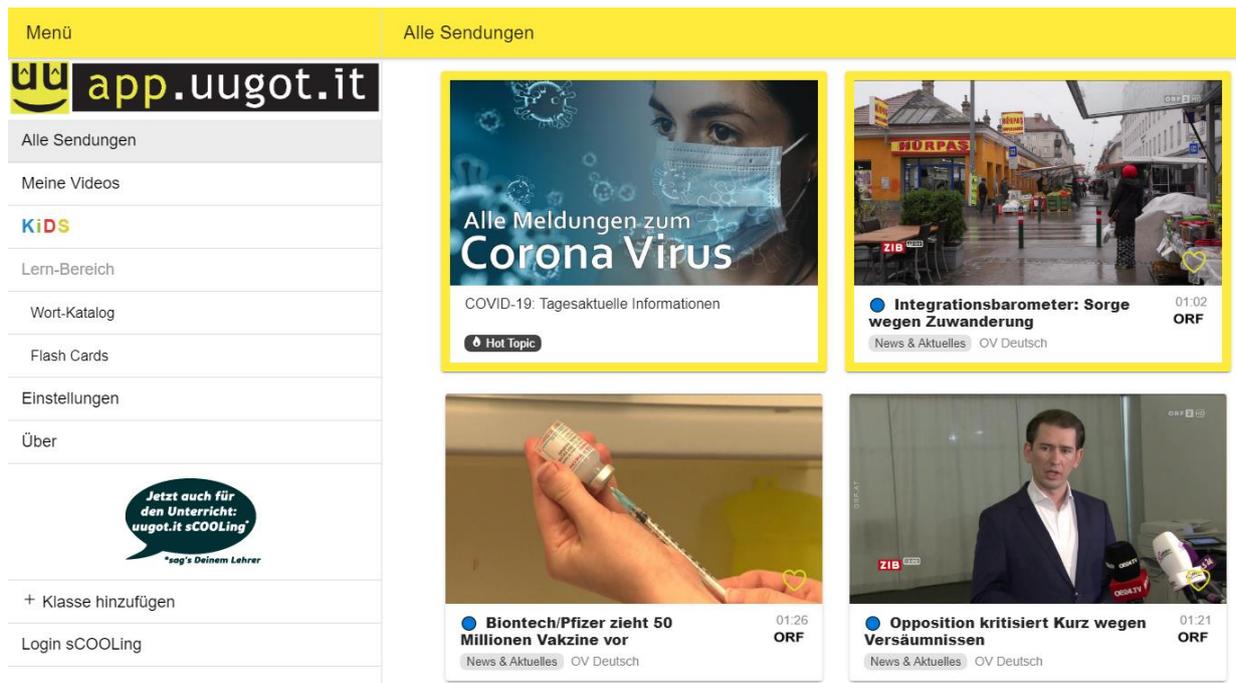


Abbildung 2 - Startseite von uugot.it mit Corona-Channel

Bis dato wird die Berichterstattung über COVID-19, geltende Regelungen, Lockerungen der Maßnahmen, Grenzöffnungen oder -schließungen etc. von den Nutzern auf uugot.it TV besonders nachgefragt. Die Zielgruppe kann sich unabhängig aus erster Hand mit geprüften Informationen informieren.

### Themen-Channel: KiDS

Ebenfalls in Folge der Pandemie kam es im Herbst 2020 zur Implementierung des KiDS-Channels, um kindgerechte Inhalte kanalisiert ausgeben zu können. Der ORF entwickelte während des ersten Lockdowns das Sendeformat „ZIB ZACK“, welches anfangs zwar täglich, aber ohne Untertitel, ausgestrahlt wurde. Im Herbst ging man zu einer wöchentlichen Sendung über, welche nun auch mit Untertiteln ausgestattet wird. Die wöchentliche „ZIB ZACK“ bietet einen Nachrichtenüberblick für Kinder im Pflichtschulbereich. Im KiDS-Channel werden aber auch andere altersgerechte Inhalte aus der ORF-TVthek gesammelt.

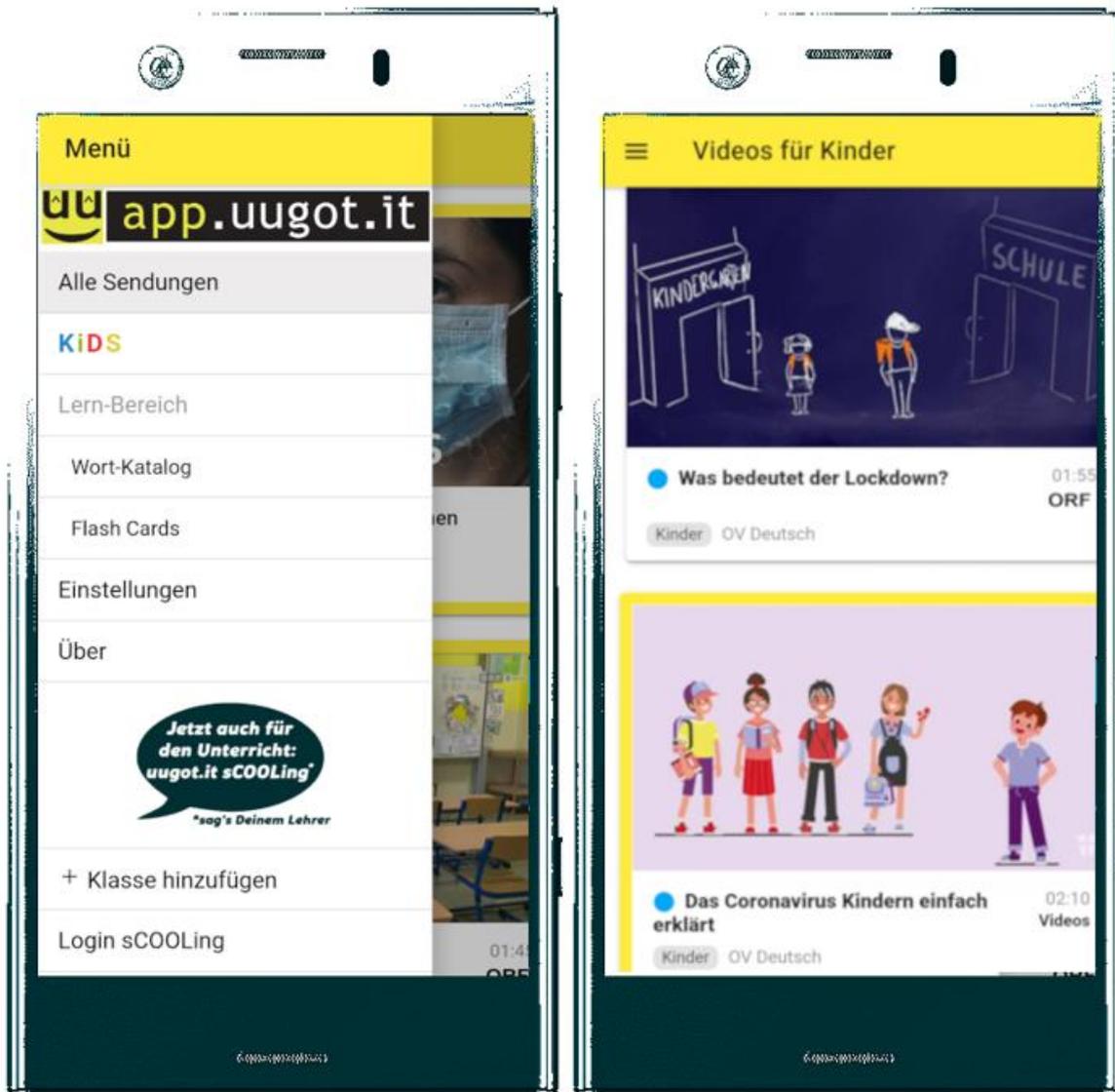


Abbildung 3 - KiDS Channel in uugot.it Android App

### 3.2.2 uugot.it sCOOLing

uugot.it sCOOLing ist eine für den Unterrichts- und Kurseinsatz optimierte Lernplattform. Lehrende können Video-Content, Klassen und SchülerInnen verwalten und entweder eigene Arbeitsblätter zu Videos hochladen oder aus einem Pool von bereits erstellten didaktisierten Arbeitsmaterialien wählen. Lehrende sehen, welche Wörter und Passagen Schwierigkeiten bereiten, um im Unterricht gezielt darauf eingehen zu können. Die Didaktisierungen begünstigen einen Wechsel der Sozialformen im Unterricht und bewirken, dass Interaktivität und Interaktion einander nicht ausschließen.

uugot.it sCOOLing ist für den Einsatz im Präsenzunterricht, im Distance Learning sowie im Hybrid-Kontext ab der Sekundarstufe I geeignet. Der Content-Pool umfasst rund 600 langfristig verfügbare Lehrvideos zu schulisch relevanten Themen, welcher nach dem österreichischen Fächerkanon gegliedert ist. Inhalte können erweitert werden.

Im Berichtszeitraum wurde das Netzwerk aus Content-Lieferanten, Schulen, Bildungsinstituten, Universitäten und jeweiligen Vorfeldorganisationen ausgebaut.

## uugot.it sCOOLing im Pflichtschulbereich

Außer für den DaZ-Förderbereich eignet sich das digitale Tool insbesondere für den Einsatz in gemischtsprachigen Klassenverbänden und zur Förderung der sprachlichen Bildung: Kinder mit nichtdeutscher Erstsprache schalten die jeweilige Übersetzungssprache hinzu, deutschsprachige Kinder lesen die deutschen Untertitel mit oder blenden sie aus. SchülerInnen mit anderen Erstsprachen folgen den Inhalten deutlich leichter und gewinnen damit auch Selbstvertrauen, wie die Praxis gezeigt hat.

Noch vor dem Ausbruch der Covid-19-Pandemie wurde eine Pilotphase in der Deutschförderklasse der NMS Staudingergasse im 20. Wiener Gemeindebezirk gestartet. Dafür wurde das Angebot um fachspezifischen Content für Schulen der Sekundarstufe I und II ausgebaut. In einen Fächerkatalog aus 21 Themenbereichen gegliedert - von Biologie über Chemie, Deutsch, DaF/DaZ, Geschichte bis hin zu Mathematik oder Physik – stehen hunderte Videobeiträge für den Unterrichtseinsatz bereit, viele davon mit didaktisch aufbereiteten Materialien.



Abbildung 4 - uugot.it sCOOLing Fächerkanon (Ausschnitt)

Franziska Haberler M.A. fasst ihre Praxiserfahrungen zusammen: *„Ich kann Filme als Hausaufgaben geben, da die Kinder auch zuhause auf die Quelle zugreifen können. Sie können weiterüben und sich in ihrem Tempo mit dem Medium Film und Sprache befassen.“*

*Auch kann man diese kurzen Filme zu spezifischen Themen im Unterricht gemeinsam anschauen. Zu vielen Einheiten gibt es schon fertige Didaktisierungen, wobei wir im Unterricht die Kinder gerne auch selbstständig damit arbeiten lassen. Audiovisuelle Medien geben uns einen ausgezeichneten Gesprächsanlass, da durch die Verbindung Bild-Sprache Vokabular sozusagen selbsterklärend eingeführt wird.“*

Die Pilotphase an der NMS Staudingergasse wurde während der Phase des ersten Lockdowns und der damit einhergehenden Schulschließungen fortgesetzt.

## Freier Zugang zu uugot.it sCOOLing für Schulen während der Pandemie

Die Covid-19-Pandemie war auch der Grund dafür, dass mit Beginn der Schulschließungen allen Lehrenden an österreichischen Schulen ein kostenloser Zugang zu uugot.it sCOOLing gewährt wurde. Mit dieser Initiative wollen wir einen Teil zur Bewältigung der Krise, welche besonders die junge und sozial schlechter gestellte Generation trifft, beitragen.



## uugot.it sCOOLing in der Erwachsenenbildung: 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. Gemeinsam mit der VHS Linz und dem Integrationsreferat der Stadt Linz wurde im September 2020 ein Workshop anlässlich des Europäischen Tages der Sprachen durchgeführt, der über Zoom abgehalten wurde und TeilnehmerInnen aus zahlreichen Ländern zusammenbrachte.

Der Workshop befasste sich mit der österreichischen Kaffeehaus-Kultur. Er hatte einen kulturreflexiven Schwerpunkt und beschäftigte sich mit Austriazismen und themenspezifischem Wortschatz. Es wurde mit einem einschlägigen Fernsehbericht gearbeitet, der für den Unterrichtseinsatz didaktisiert worden war.

Der Workshop zeigt beispielhaft, wie facettenreich sich der Einsatz von authentischem Fernsehen im Sprachunterricht erweist und wie er sich nahtlos mit unterschiedlichen Themenfeldern verknüpfen lässt und so sämtliche Lebensbereiche mit authentischen Inhalten abgedeckt werden können.

### AUFGABE 2: SPRECHEN SIE "KAFFEEEISCH"?

a) Kennen Sie diese Wörter? Verbinden Sie sie mit den passenden Bildern.

Wenn möglich, sprechen Sie in der Kleingruppe.

Fotos © pixabay.com, commons.wikimedia.org (Kaffeehaus, Schanigarten)



1. das Kaffeehaus
2. die Mehlspeise
3. der Schlag / das geschlagene Obers
4. der Gupf
5. der Schanigarten
6. das Häferl

## uugot.it sCOOLing in der Ausbildung von Lehrkräften

uugot.it wird sich weiterhin in der Lehrerfortbildung engagieren. Ziel ist es, DaZ-Lehrenden die Einsatzmöglichkeiten von Fernsehen und Untertiteln im Sprachunterricht näher zu bringen und auch unterschiedliche Unterrichtsszenarien und Best Practices zu zeigen.

Durch die pandemiebedingten Schulschließungen schnellte auch das Interesse und der Bedarf an Schulungen für Lehrende in die Höhe. Während des ersten Lockdowns wurden wöchentlich zwei bis drei Online-Schulungen für Unterrichtende an österreichischen Schulen durchgeführt. Im Herbst wiederholte sich dies.

uugot.it ist im Weiterbildungskatalog der KPH Wien/Krems vertreten und über die PH Linz empfohlen. Auch über das Sprachförderzentrum der Bildungsdirektion Wien wurden Workshops für interessierte Lehrende im Pflichtschulbereich sowie im Muttersprachenunterricht angeboten und durchgeführt.

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

Mit der UFPR, Brasilien wurde 2020 ein Pilotprojekt durchgeführt, welches die Verbesserung des Sprachpaares Deutsch-Portugiesisch zum Gegenstand hatte. Studierende der UFPR wurden vom Team von uugot.it auf die von uugot.it entwickelte Software zur Verbesserung von Übersetzungen eingeschult. Diese konnten daraufhin in der von einer Universitätsdozentin gesteuerten Arbeitsgruppe an der Verbesserung der Übersetzungsqualität der portugiesischen Untertitel mitarbeiten und erhielten im Gegenzug ein Zertifikat als Praxisnachweis für ihre spätere berufliche Laufbahn. Die Studierenden zeigten sich sehr interessiert an dieser Möglichkeit, Praxiserfahrungen zu sammeln. Das Projekt wird im Jahr 2021 fortgeführt. Der Aufbau von derartigen Kooperationen mit weiteren Universitäten ist in Planung.

### 3.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

Bei uugot.it TV handelt es sich um ein digitales Angebot, das der Zielgruppe orts- und zeitungebunden zur Nutzung bereitsteht. Um das Angebot möglichst niederschwellig zu halten, wird von einer Registrierungspflicht der NutzerInnen Abstand genommen. Da die Verwendung von uugot.it TV ausschließlich für Personen mit keinen, geringen oder nur fortgeschrittenen Deutschkenntnissen einen Mehrwert generiert, kann ausgeschlossen werden, dass Nicht-Angehörige der Zielgruppe das Angebot nutzen. Die Dissemination erfolgt über die Communitys selbst (Community-Beauftragte), über Organisationen und Vereine, welche in den Handlungsfeldern tätig sind (z.B. Anbieter von Deutsch- und Integrationskursen, Beratungsstellen für MigrantInnen / Frauen), über kommunale Integrationsstellen etc.

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.

- Datenbasis bilden die Plattformen Google Analytics, Report Google Play sowie Nutzungsdaten, die aus dem Backend von uugot.it generiert werden können.
- Für die einzelnen Betriebssysteme (Web/Android/Apple Devices) wurden jeweils einzelne Instanzen angelegt, um die Usage und Ausstiegspunkte der User oder Fehler besser nachvollziehen zu können.
- Die Userzahlen wurden auf die Nutzung in Österreich interpoliert und können entsprechend aufgeschlüsselt werden.

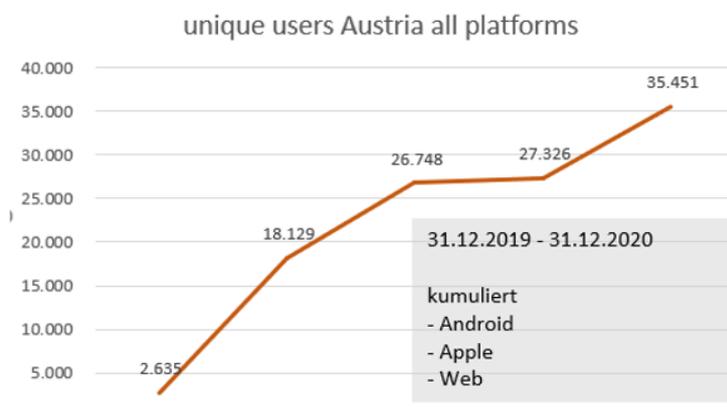
- Bei komplexeren Darstellungen wird auf einzelne Instanzen verwiesen: So wird etwa bei Geschlechterverteilung und Recurring-Users auf Web-User verwiesen, hingegen bei der Session-Time auf Use-Zeiten von Apple-Device-Usern.

## Nutzerzahlen

Im Beobachtungszeitraum konnten wir 35.451 AnwenderInnen auf allen Plattformen (Mobile und Desktop) erreichen. Insbesondere im ersten Quartal kam es zu einer massiven Steigerung der Zugriffszahlen, welche sich auf den hohen Informationsbedarf bei Bevölkerungsanteilen mit nichtdeutscher Erstsprache zurückführen lässt.

Es ist regelmäßig festzustellen, dass in den Sommermonaten die Nutzung des Service stagniert (korrelierend auch mit den Zahlen von Fernsehsendern). Hintergrund: Die Menschen verbringen mehr Zeit im Freien und gehen anderen Aktivitäten nach.

## Entwicklung User in Österreich



Plattform	31.12.2019	31.03.2020	30.06.2020	30.09.2020	31.12.2020
Android	390	2.859	3.609	3.495	4.048
Web	1.401	10.899	16.549	16.948	22.013
Apple	845	4.371	6.532	6.804	9.210
News ab Mai 20			58	78	180
<b>Summe</b>	<b>2.635</b>	<b>18.129</b>	<b>26.748</b>	<b>27.326</b>	<b>35.451</b>
Wachstum		588,04%	47,54%	2,16%	29,73%

Bei 42,53 % der NutzerInnen handelt es sich um sogenannte „Recurring Visitors“, welche die App wiederholt nutzen.

Die durchschnittliche „Session Time“ lag 2020 bei 18 Minuten. Der Rückgang der durchschnittlichen Session Time von 2019 auf 2020 liegt vermutlich darin begründet, dass die User vermehrt auf Newsberichte setzten, denn auf Serien, Spielfilme etc. Im Vordergrund stand die Berichterstattung rund um Corona, in Phasen der Entspannung wurden

## Session Time (in Minuten)

Plattform	2018	2019	2020
uugot.it	18	28	18
Netflix	23	27	28

auch wieder vermehrt andere Inhalte konsumiert. Die Vergleichswerte zu Netflix stellen eine relative Vergleichbarkeit dar.

### Demographische Aspekte der AnwenderInnen

Rund 75 % aller NutzerInnen im Berichtszeitraum gehören der Alterskohorte der 18- bis 44-jährigen an. Hier zeigt sich, dass die Akzeptanz eines digitalen Tools bei den Generationen, die schon mit Computern aufgewachsen sind, deutlich höher ist. Auf die Altersgruppe 55+ entfallen nur 8 % der NutzerInnen.

Altersgruppe	%	Altersgruppe	%
18-24	16,68 %	25-34	29,78 %
35-44	29,18 %	45-54	16,13 %
55-64	5,6 %	65+	2,63 %

Bei der Geschlechtsverteilung gab es im Berichtszeitraum 2019 einen leichten weiblichen Überhang mit 51,4%. Im Laufe des Jahres 2020 hat sich diese Tendenz verstärkt. Zwischen Oktober und Dezember 2020 waren 58,1 % aller UserInnen weiblich. Diese Entwicklung ist insofern als sehr positiv zu bewerten, als dass Frauen in den Familien eine große Bedeutung als „Role Models“ für die heranwachsenden Generationen zukommt. Insbesondere nicht berufstätige Frauen haben damit ein Fenster zur Mehrheitsgesellschaft und nutzen dieses auch.

Der überwiegende Teil der User hat seinen Lebensmittelpunkt im urbanen Raum, wobei für die Erfassung dieser Daten der Standort des Internet-Providers herangezogen wird. Dreiviertel der NutzerInnen sind dem Ballungsraum Wien zuzurechnen, ca. 10 % dem Großraum Linz und etwa 6 % der Stadt Graz.

Eine Ursache dafür ist, dass sich die Verbreitungsaktivitäten aufgrund der beschränkten personellen Ressourcen auf Ballungsräume und Städte fokussieren, aber auch dass sich migrantische MitbürgerInnen vermehrt in städtischen Räumen aufhalten - wohl auch um leichter Anschluss zur eigenen Diaspora zu finden.

Das Bildungsniveau kann aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht erhoben werden. Ausgenommen davon sind einzelne, klar abgrenzbare Projekte (uugot.it sCOOLing), die jedoch im allgemeinen User-Tracking nicht erfasst werden.

### Übersetzungssprachen

uugot.it übersetzt TV-Sendungen in der Zielsprache Deutsch mittlerweile in elf verschiedene Sprachen. Im zweiten Halbjahr 2020 wurden Portugiesisch und Somali als weitere Übersetzungssprachen technisch eingebunden.

Jedes zweite Video wird auf Englisch übersetzt. Farsi liegt an zweiter Stelle mit 16,6 %, gefolgt von Arabisch mit knapp 13 %. Jeweils ca. 3 % der Videos werden auf Rumänisch, Spanisch und BKS übersetzt.

Die hohe Bedeutung von Englisch könnte darin begründet liegen, dass manche AnwenderInnen auf Englisch als Brückensprache zurückgreifen, wenn ihre eigentliche Erstsprache von uugot.it nicht unterstützt wird (z.B. im Falle von Ungarisch oder Türkisch).

Dies kommt noch stärker zum Ausdruck, wenn der Anteil aller angesehenen Videos pro Sprache betrachtet wird. Sechs von zehn Usern sehen sich Videos mit Englisch als Unterstützung an. Auf Arabisch entfallen 17 %. Jeder zehnte User nutzt Farsi und rund drei Prozent wählen BKS.

### Sendungen nach Kategorien

Wenig verwunderlich ist das Faktum, dass 70 % aller angesehenen Sendungen dem Genre „News & Aktuelles“ zuzuordnen sind. Diese hohe Zahl belegt, dass die NutzerInnen uugot.it als Informationsquelle zu Covid-19, aber auch zu allgemeinen Themen angenommen haben. Verzerrt wird diese Anzeige durch den Umstand, dass jeder einzelne Beitrag einer Nachrichtensendung einem eigenen Video entspricht und damit die Gesamtzahl an Newsbeiträgen naturgemäß höher ist als die Grundgesamtheit anderer Kategorien.

Kategorie	%
News & Aktuelles	70,28 %
Magazin	7,17 %
Kinder*	4,10 %
Film & Serie	4,05 %
Unterhaltung	3,44 %
Sport	2,32 %
Doku & Wissen	1,61 %
Comedy & Talk	1,46 %
Kultur & Musik	0,88 %
ohne Kategorie	4,70 %

\*der KiDS channel wurde erst im November 2020 gelauncht

Obwohl der KiDS-Channel erst im November 2020 gelauncht wurde, entfallen im Jahresschnitt erfreulicherweise 4 % aller gesehenen Sendungen dieser Kategorie.

### Nutzerverhalten der AnwenderInnen

Jeder vierte Web-User kommt über Empfehlungen bzw. Hinweise von Dritten zu uugot.it. Pro Besuch führt jeder Web-User etwa 60 Interaktionen (etwa Klick auf Worte) durch, dabei werden etwa 10 Seiten aufgerufen.

Durch Lehrende von Pflichtschulen, die uugot.it sCOOLing einsetzen, wissen wir, dass etliche SchülerInnen uugot.it in das private und familiäre Umfeld tragen und dort die App in Folge von Eltern, Geschwistern etc. genutzt wird.

Es kann festgehalten werden, dass jene NutzerInnen uugot.it nachhaltig verwenden, die intrinsisch motiviert sind und das 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.

Bildungsaffine Personen verwenden die Applikation intensiver. Wurden Personen über eine verpflichtende Kursmaßnahme zur Verwendung gewissermaßen „gezwungen“, war die Nutzung tendenziell geringer als bei TeilnehmerInnen, die sich aus freien Stücken zur Teilnahme an einem Deutschkurs entschieden hatten.

Grundsätzlich gilt, dass Personen, die im Unterrichtsetting 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 haben. Sie bauen uugot.it in ihre Lernroutine ein und verwenden die App im privaten Umfeld weiter.

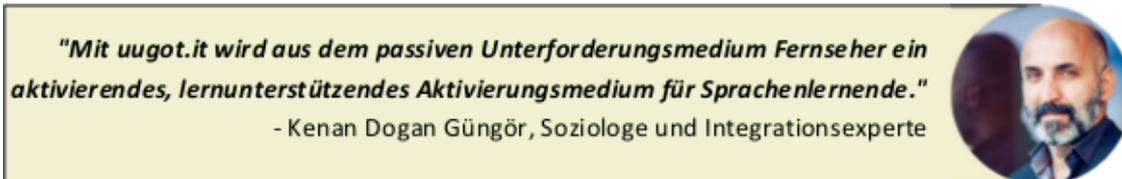
Wird uugot.it in Kursen hingegen nur als additives Lern-Tool für daheim empfohlen, die Applikation aber im Unterricht nicht verwendet, ist meist nur ein kurzzeitiger Einsatz festzustellen, weil bei generell wenig erfahrenen LernerInnen die tägliche Routine fehlt.

### 3.4 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



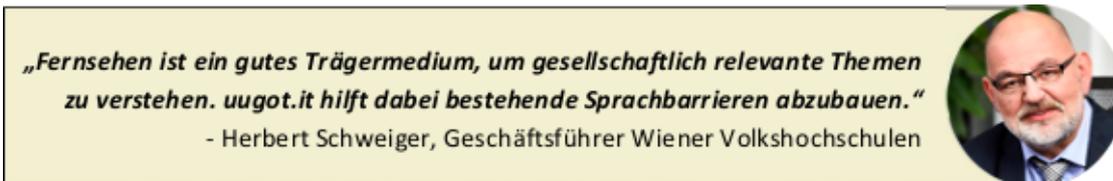
**„Mit uugot.it wird aus dem passiven Unterforderungsmedium Fernseher ein aktivierendes, lernunterstützendes Aktivierungsmedium für Sprachenlernende.“**

- 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



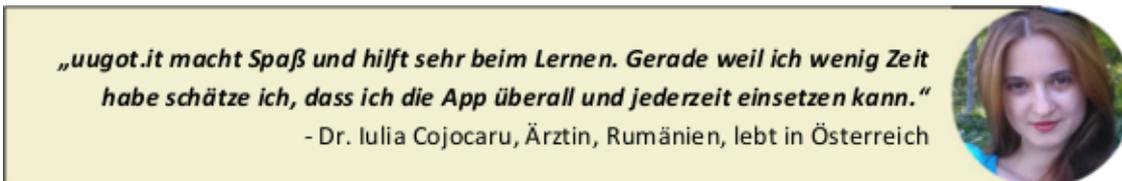
**„Fernsehen ist ein gutes Trägermedium, um gesellschaftlich relevante Themen zu verstehen. uugot.it hilft dabei bestehende Sprachbarrieren abzubauen.“**

- Herbert Schweiger, Geschäftsführer Wiener Volkshochschulen



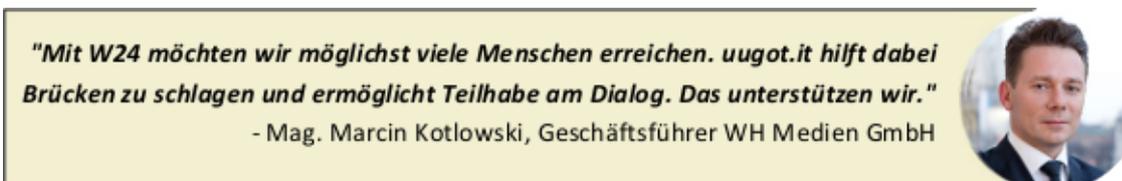
**„uugot.it kann einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, den Integrationsprozess zu beschleunigen. Dieses Vorhaben möchten wir als Stadt Linz unterstützen.“**

- 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

### 3.5 Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung

uugot.it ist eine digitale Infrastruktur zum Sprach- und Bildungserwerb, welche - technische Servicierung und Content-Management vorausgesetzt - nachhaltig bestehen bleibt und Tagesaktualität bietet. Die Lösung ist stark skalierbar. Die Übersetzungsqualität wird lfd. weiterentwickelt und verbessert. Projektergebnisse fließen in weitere Entwicklungen ein (z.B. technische Voraussetzungen, um Content von Dritten einzubinden). Folgende Maßnahmen werden gesetzt:

- Nutzerverhalten: Dokumentation mittels Tracking-Lösungen
- Qualität der Inhalte: Content-Management (mehrmals täglich, 7 Tage die Woche)
- Untertitelqualität: laufende Kontrolle, ob von Sendern ausgelieferte Untertitel dem erforderlichen Standard entsprechen (rund 20 % entsprechen nicht)
- Übersetzungsqualität: laufende Verbesserung der Übersetzungen durch Muttersprachler

## 4 Planung und Ausblick

### 4.1 Planung und Ziele

#### Technik auf Skalierbarkeit auslegen

Ein zentraler Bereich für 2021 besteht darin, die bereits entwickelten und getesteten Komponenten zu adaptieren, damit diese skalierbar werden. Damit einher geht eine Umstellung der Serverarchitektur, Modellierung der Usability etc.

#### uugot.it ReachAll

Ein in 2020 durchgeführtes Pilotprojekt in Zusammenarbeit mit der UNHCR ist sehr zufriedenstellend verlaufen. Ziel war es, die uugot.it Funktionalität auch auf Drittcontent auszuweiten. 2021 soll an der Entwicklung dieses Service gearbeitet werden, um ihn ausgewählten Content-Anbietern gegen Ende des zweiten Halbjahres 2021 in einem ersten Schritt anbieten zu können. Die Frage der Finanzierung ist noch nicht abschließend geklärt.

Die Technologie der interaktiven multilingualen Untertitel ermöglicht es, innerhalb kürzester Zeit und ohne zusätzlichen Übersetzungsaufwand sprachlich inhomogene Bevölkerungsgruppen - unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft, Religion oder wirtschaftlichem Status - zu erreichen. Vice versa werden Menschen dazu befähigt, sich selbstbestimmt zu informieren und ihre aktive gesellschaftliche Teilhabe voranzutreiben.

#### Aufbau von Sprach-Communitys

Die Übersetzungen bei uugot.it basieren auf einem Mix aus bestehenden Machine-Translation-Lösungen und eigenen Algorithmen. Um die Übersetzungsqualität in den Einzelsprachen weiter zu verbessern und damit diese Verbesserungen auch in den Übersetzungsalgorithmen Niederschlag finden, wurde in der Vergangenheit mit dem Aufbau von Sprach-Communitys begonnen. Diese Sprach-Communitys helfen bei der Verbesserung der Übersetzungen mit. Sie sollen in den kommenden 5 Jahren weiter auf- und ausgebaut werden, wobei 2021 insbesondere Bosnisch / Kroatisch / Serbisch im Fokus stehen soll. Hierfür werden weitere Kooperationen mit Germanistik- und Translationsstudiengängen in den jeweiligen Ländern angestrebt.

## Web-Tutorials für uugot.it sCOOLing

Um Lehrenden zukünftig die Funktionsweise der Lernplattform rascher zu vermitteln, werden kurze Web-Tutorials entwickelt, die die wesentlichen Funktionen nachvollziehbar für das Selbststudium darstellen. Damit soll die Hürde, wie mit dem neuen Tool im Unterricht umgegangen werden kann, reduziert werden.

## 4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken

### Chance: Menschen niederschwellig im digitalen Raum erreichen

Die Covid-19-Pandemie hat neben allen gesundheitlichen und damit auch verbundenen gesellschaftlichen und volkswirtschaftlichen Konsequenzen besonders unser aller Kommunikationsverhalten verändert.

Digitale Arbeits- und Kommunikationsformen haben im letzten Jahr massiv an Bedeutung gewonnen. Durch die eingeschränkten „analoge“ Angebotsformen und Möglichkeiten ist es geradezu eine Notwendigkeit geworden, mit den Menschen auch über digitale Kanäle in Kontakt zu treten.

Genau das ist das Ziel von uugot.it: Die Menschen niederschwellig zu erreichen, sie abzuholen und sie zu informieren.

Wir erreichen sie in ihren Wohnzimmern und bieten dabei auch gleich die Möglichkeit an, die Videos als innovative Sprachlerntools mit zu nutzen.

Wir erreichen sie aber auch über ihre Computer, online über unsere webApp, sowie über unsere Social-Media-Kanäle und über ihre Smartphones.

Menschen mit anderen Erstsprachen, die vor der Corona-Krise keine österreichischen Medien nutzten, haben ihre Gewohnheiten verändert. Die Pandemie tangiert uns alle und hat neben aller negativen Folgen für die Gesellschaft auch eine mobilisierende Wirkung.

Auch die Digitalisierung in den Schulen wird vorangetrieben und in Folge auch die Digitalisierung zuhause in den Familien.

### Risiko: ORF-Player – Änderungen im ORF-Gesetz

Durch die von der ORF-Führung geplanten Änderungen im ORF-Gesetz (Koppelung der Nutzung der ORF-TVthek an die GIS-Gebühren, Vorschaltung eines Login-Bereichs) ist es möglich, dass der freie Zugang zu ORF-Content verwehrt wird. Dies beträfe den Service uugot.it TV. Es würde bedeuten, dass nichtdeutschsprachige MitbürgerInnen der Zugang zu tagesaktuellen (sprach-)barrierefreien Informationen aus Österreich genommen wird und damit eine wesentliche Orientierungshilfe, die es ihnen ermöglicht, autonom Informationen, aber auch Unterhaltung zu konsumieren.

Gleichzeitig könnten sich auch Personen im Ausland nicht mehr über österreichische Themen informieren, denn das Tagesvideo ist auch im Ausland sichtbar. uugot.it wird zudem an ausländischen Universitäten genutzt und dient dem Kulturexport.

Welche Implikationen der angedachte ORF-Player mit Zugangsbarriere auf die gesellschaftliche Teilhabe von diversen Bevölkerungsschichten in Österreich hat, darüber gilt es zu diskutieren. Um für dieses Thema zu sensibilisieren, sucht die uugot.it GmbH aktiv den Dialog zu Meinungsbildnern und Entscheidungsträgern.

## 5 Organisationsstruktur und Team

### 5.1 Organisationsstruktur

Träger der Weiterentwicklung und Verbreitung der uugot.it-Technologie ist die uugot.it GmbH. Per 1.1.2020 kam es zu einem Wechsel in der Geschäftsführung. DI (FH) Klemens Zleptnig war zuvor bereits als CTO für die uugot.it GmbH tätig und stieg nach dem Ausscheiden von Scott Fertig in die Geschäftsführung auf.

Die uugot.it GmbH wurde 2016 als Social Enterprise im Ed-Tech-Bereich mit dem Ziel gegründet, das Sprachenlernen mit Hilfe des Fernsehens zu vereinfachen. Durch die Anbindung an öffentlich-rechtliche bzw. Spartensender ist dieses Ziel untrennbar mit dem Integrationsaspekt verknüpft. uugot.it arbeitet auf verschiedenen Ebenen mit ExpertInnen aus unterschiedlichen Fachrichtungen zusammen.

### 5.2 Vorstellung der handelnden Personen

Im Folgenden wird auf die führenden Kräfte bei uugot.it eingegangen.

#### **CEO und Geschäftsführer: Mag. (FH) Philipp Etzlinger**

Philipp Etzlinger ist Ideengeber und für alle Bereiche abseits von Technik und Didaktik verantwortlich. Geschäftliche Ausrichtung, Marketing und Strategie- sowie Produktentwicklung zählen zu seinen Kernbereichen. Mehr als 5 Jahre Erfahrung bei einem IT-Startup und davor 10 Jahre Tätigkeit im Finanzbereich bei Firmen wie Deloitte, ExxonMobil oder ÖVAG runden seinen Erfahrungsbereich ab.

#### **CTO und Geschäftsführer: Dipl.-Ing. (FH) Klemens Zleptnig**

Klemens Zleptnig verantwortet die Software Architektur, technische Entwicklung und Leitung des Developer-Teams. Mit über 15 Jahren Erfahrung in der Softwareentwicklung sowie Softwareconsulting ist Herr Zleptnig versiert und kann schnell abschätzen, wie sich aktuelle Trends nutzen lassen. Neben der Gründung eines Startups leitete er als Geschäftsführer für mehrere Jahre eine Software-Agentur.

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

Anke Holzapfel leitet den Bereich Didaktik und Linguistik. Sie verantwortet die zukünftige didaktische Ausrichtung und unterstützt Lehrende dabei, wie uugot.it bestmöglich im Unterricht eingesetzt werden kann. Selbst als Univ.-Doz. an der Universidad Nacional Rio Cuarto in Argentinien tätig, setzt sie uugot.it seit mehreren Jahren ein. Neben jahrzehntelanger Lehrtätigkeit für DaF/DaZ am Goethe-Institut befasst sie sich in ihrer Forschung mit dem Einsatz von digitalen Medien im Sprachunterricht sowie interkulturellen Kompetenzen.

### 5.3 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke

Die uugot.it GmbH kooperiert in Österreich, auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene, sowie international mit zahlreichen weiteren Partnern.

- Bundeskanzleramt (BKA): Nationaler Aktionsplan für Integration (Förderung)
- Kulturabteilung der Stadt Wien (MA7): Bereitstellung von Untertiteln und Transkripten für die „Wiener Vorlesungen“ (Auftraggeber)
- Land Salzburg: Landesförderung zur Verbesserung der Übersetzungsqualität in BKS und Englisch (Förderung)
- LT1: Content-Partnerschaft
- Stadt Linz – Integrationsreferat: Durchführung von Workshops zum „Europäischen Tag der Sprachen“ (in Kooperation mit der VHS Linz)
- TirolTV: Content-Partnerschaft
- UFPR, Brasilien: Verbesserung der Übersetzungsqualität auf Portugiesisch
- UNHCR Österreich:
- W24: Content-Partnerschaft
- NGOs wie Caritas, Volkshilfe, Diakonie oder Flüchtlingsverein Ute Bock und Anbieter von Deutschkursen sowie Integrations- und Wertekursen wie VHS Linz, VHS Wien, bfi Niederösterreich



# Teil C – Unsere Organisation

## 6 Organisationsprofil

### 6.1 Allgemeine Angaben über die Organisation

Name der Organisation	uugot.it GmbH
Sitz von uugot.it	Sitz der Organisation gemäß Gesellschaftsvertrag: Putzendorfergasse 16/32/10, 1230 Wien
Gründung von uugot.it	28.04.2016
Weitere Niederlassung	Piaristengasse 11 1/3, 1080 Wien
Rechtsform	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Kontaktdaten	+43 699 142 00 242 <a href="mailto:ask_uu@uugot.it">ask_uu@uugot.it</a> <a href="http://www.uugot.it">www.uugot.it</a>
Registereintrag:	Handelsgericht Wien, Firmenbuchnummer: 454885z
ArbeitnehmerInnenvertretung:	keine

#### Anzahl der Mitarbeiter:

	2019	2020
Anzahl MitarbeiterInnen	6	13
davon hauptberuflich	1	3
davon Honorarkräfte	5	4
davon ehrenamtlich	-	6

### 6.2 Governance der Organisation

#### 6.2.1 Leitungsorgan

Mag. (FH) Philipp Etzlinger und DI (FH) Klemens Zleptnig sind die geschäftsführenden Gesellschafter der uugot.it GmbH. Weiterer Gesellschafter ist die Eonomia OG.

Laut Gesellschaftsvertrag sind die geschäftsführenden Gesellschafter im Außenverhältnis alleinvertretungsberechtigt. Mag. (FH) Philipp Etzlinger und DI (FH) Klemens Zleptnig sind mit voller Stelle bei der GmbH tätig.

#### 6.2.2 Aufsichtsorgan

Jährliche wird eine Generalversammlung mit allen Eigentümern abgehalten.

### **6.2.3 Beirat**

Die uugot.it GmbH hat einen Beirat aus fachlich versierten Personen:

#### **HS-Prof. Univ.-Doz. Mag. Dr. Klaus-Börge Boeckmann**

Als Hochschulprofessor an der PH Steiermark widmet sich Klaus-Börge Boeckmann u.a. den Bereichen Deutsch als Zweitsprache, Interkulturalität und Mehrsprachigkeit. Zu uugot.it hat Klaus-Börge Boeckmann einen besonderen Bezug, wurde doch unter seiner Leitung die Meta-Studie „Untertitel als Sprachlernwerkzeug“ an der Universität Wien durchgeführt, die belegt, dass der Zugang von uugot.it überaus zweckmäßig/unterstützend beim Sprachenlernen ist.

#### **Dr. Erhard Busek**

Ehem. Vizkanzler und Bundesminister für Wissenschaft und Forschung der Republik Österreich und nunmehrig Vorstandsvorsitzender des Instituts für den Donauraum und Mitteleuropa. In seiner Funktion bei uugot.it unterstützt Erhard Busek dabei, mit unterschiedlichen Playern in Österreich zu vernetzen und aufgrund seines breiten Erfahrungsschatzes in diversen Belangen zu beraten.

#### **Dr. Wolfgang Freund**

Partner und Gesellschafter bei der Wiener Wirtschaftsrechtskanzlei Grama, Schwaighofer & Vondrak. Wolfgang Freund berät uugot.it zu sämtlichen medien- und urheberrechtlichen Fragen in Zusammenhang mit der Ausübung von uugot.it.

#### **Dr. Judith Kohlenberger**

Forscherin an der WU Wien im Bereich Sozialpolitik mit Fokus auf Flucht & Bildung sowie Migration & Integration. Judith Kohlenberger berät bei Fragestellungen zum Themenkomplex der Integration.

#### **Mag. Marcin Kotlowski**

Geschäftsführer bei WH-Media sowie R9 Regional TV Austria GmbH. Dank Marcin Kotlowski konnte uugot.it mit W24 den ersten TV-Sender gewinnen, der in einer losen Partnerschaft zu uugot.it steht und Beiträge zur Mitnutzung auf der Schulplattform uugot.it sCOOLing bereitstellt. Er teilt sein Know-how aus der Medienwelt.

#### **Mag. Armin Strbac**

Mitbegründer und Co-Geschäftsführer der Flohmarkt App Shpock, die 2015 an den norwegischen Medienkonzern Shipsted verkauft wurde. Davor war Armin Strbac bei der Boston Consulting Group als Berater tätig. Als Kind jugoslawischer Einwanderer kennt er die Herausforderungen und Diskriminierungen, die Zugewanderte tagtäglich erfahren.

#### 6.2.4 Interessenskonflikte

Philipp Etzlinger als geschäftsführender Gesellschafter hat Aufgaben der Leitung und Aufsicht. Das ist bewusst so gestaltet, damit die uugot.it GmbH im Alltagsgeschäft effizient geführt werden kann.

#### 6.2.5 Internes Kontrollsystem

Die Buchhaltung sowie die Erstellung des Jahresabschlusses wurden an eine unabhängige Steuerberatungskanzlei ausgelagert. Die Fördermittelgeber erhalten entsprechend der jeweiligen Vereinbarung ein Reporting, welches die Transparenz über die Verwendung der erhaltenen Fördermittel sicherstellt. Es besteht ein internes Vieraugenprinzip bei jeder Überweisung über € 400,00.

### 6.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen

#### 6.3.1 Eigentümerstruktur der Organisation

Die uugot.it GmbH hat ein Stammkapital von 35.000 €. Die Abtretung von Geschäftsanteilen ist nur mit Zustimmung der Gesellschaft möglich. Die Organe und Eigentümer der Gesellschaft zum 31.12.2020 sind:

Gesellschafter	Anteil
Mag. (FH) Philipp Etzlinger	68 %
DI (FH) Klemens Zleptnig	27 %
Eunomia OG	5 %

#### 6.3.2 Verbundene Organisationen

Verein fürSPRACHE – Verein zur sprachlichen und kulturellen Integration von MigrantInnen.

### 6.4 Umwelt- und Sozialprofil

Die uugot.it GmbH achtet aus Kosten- und Umweltgründen auf sparsamen Energieverbrauch. Inlandsreisen werden überwiegend mit öffentlichen Verkehrsmitteln erledigt. Die Büroräume sind sehr gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Mit Büromaterialien wird sparsam umgegangen, indem z.B. nicht notwendiges Drucken und Papierverbrauch vermieden werden und fast ausschließlich mit elektronischen Medien gearbeitet und kommuniziert wird.

Burn-out ist ein potenzieller Risikofaktor. Dies ist den Verantwortlichen des Sozialunternehmens bewusst, insbesondere weil das sinnhaltige Engagement auch dazu verleiten kann, über seine Kräfte zu gehen. Deshalb achtet die Geschäftsführung darauf, dass die Anforderungen nicht in Überforderung münden. Die Arbeitszeiten sind familienfreundlich flexibel. Homeoffice ist möglich und nicht zuletzt in Zeiten der Pandemie eine unerlässliche Maßnahme zur Bekämpfung dieser.

Regelmäßige Team-Meetings in wechselnden Konstellationen werden über Videokonferenzen abgehalten. Diese Form der Kommunikation wurde bereits vor Corona etabliert, da nicht alle MitarbeiterInnen in Österreich verortet sind.

## **7 Finanzen, Rechnungslegung**

### **7.1 Buchführung und Rechnungslegung**

Die Verwendung der Mittel wird über eine doppelte Buchhaltung erfasst. Vom Steuerberater der Gesellschaft, Kanzlei Dr. Cesky, werden der Jahresabschluss erstellt sowie die Buchhaltung und Lohnverrechnung durchgeführt. Die Rechnungslegung entspricht dabei den gesetzlichen Vorgaben. Im Rahmen der Jahresabschlusserstellung wird im Zuge einer Gesellschafterversammlung über die Verwendung der finanziellen Mittel Beschluss gefasst.

### **7.2 Finanzielle Situation und Planung**

In 2020 konnte die uugot.it GmbH mit bestehenden Förderern weitere Verträge schließen. Eine weitere Förderung (Land Salzburg) ist hinzugekommen. Zusätzlich konnten aus mehreren Projekten mit unterschiedlichen Auftraggebern wie Bildungsinstitute, Kommunen oder UNHCR Österreich Umsätze generiert werden. Für das Jahr 2021 konnte eine Kooperation mit einem großen Bildungsinstitut sowie einem kleineren bereits abgeschlossen werden.