

## Modul 3: Zielgruppenansprache und Aktivierung

### Was Sie von diesem Modul erwarten können

In diesem Modul geht es um die Ansprache der Zielgruppen einer Jugendbeteiligung und deren Aktivierung. Hierfür werden elementare Bedingungen bestimmt und die überwiegend genutzten Kommunikationskanäle der gewünschten Personen(gruppen) angewendet. In der Kommunikation mit Jugendlichen spielt die Interaktion mit und in digitalen Medien, insbesondere im Internet, eine zentrale Rolle.

Ziel des Moduls ist es, die Schnittmengen von medialen Kanälen mit und deren Aktivierungspotentiale für Jugendbeteiligungsprozesse gemeinsam zu erörtern und zu erproben. Außerdem beschäftigen sich die Teilnehmenden mit dem grundlegenden Wandel im Kommunikationsverhalten vom **Konsumenten zum Prosumenten** und der daraus gewachsenen notwendigen Beschäftigung mit den medialen Ausdrucks- und Kommunikationsformen.

Konkret erforschen die Teilnehmenden (TN) **Kommunikationskulturen Jugendlicher** und wenden das Wissen im Rahmen kleiner selbstgesteuerter Kampagnen auf Social-Media-Kanälen aktiv an. Die TN setzen sich in der praktischen Anwendung mit **grundlegenden Strategien und Formen der Öffentlichkeitsarbeit in sozialen Medien** auseinander. Dabei entdecken sie alternative Gestaltungs- und Spielräume für Partizipation, wie eine Fotostory in Snapchat oder die Erstellung von Videos.

### Lernziele

#### Die Teilnehmenden haben

- Medienpräferenzen, Themen/Diskussionen und Online-Formate von Jugendlichen kennengelernt,
- mehr über Strategien und Reichweiten, Chancen und Probleme digitaler Kommunikation erfahren,
- Grundlagen des Community Managements kennengelernt,
- Online-Kommunikationsregeln/Guidelines erarbeitet,
- sich mit der Ansprache und dem Umgang mit „Störern“ (Social Bots, Hate Speech, Fake News usw.) auseinandergesetzt.

## Inhalte des Moduls

### Theorie

- kommunikative Kompetenz als Grundlage medienkompetenten Handelns
- Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit mit und in sozialen Medien
- Social-Community-Management und Fallstricke in der Anwendung von Online-Medien

### Transfer/Praktische Umsetzung

- die TN lernen einfache Wege der Content-Produktion und erlangen ein Grundverständnis handlungsorientierter Medienarbeit und verwandter Themen (z. B. Bring Your Own Device – BYOD)
- eigene Kanäle bedienen (Snap-/Chatten, Liken, Posten) und Medienproduktion: Erstellung einer kleinen Videobotschaft mit einer Kernaussage zur mediatisierten Lebenswelten an die Community
- die TN erfahren, auf welchen Kanälen (z. B. YouTube) und mit welchen Inhalten bzw. mit welcher Ansprache die Zielgruppe erreicht und gepflegt werden kann
- Hinweis auf Alternativen (Telegram, Threema, Vimeo)

### Vermittlungsmethoden

- Input durch Referent\*in/Gruppenarbeit
- Internetrallye, Live-Chat-Rollenspiel und medienpädagogisch begleitete Praxisphasen
- Medienproduktion mit Smartphones und Tablets
- Textübungen: Übersetzung Amtssprache in Jugendsprache / Einsatz leichte & einfacher Sprache

## Ablaufvorschlag

Als zeitlicher Rahmen wird eine Dauer von sechs Stunden als wünschenswert angesehen, je nach Gruppe können auch fünf Zeitstunden ausreichen. Begonnen werden sollte das Modul mit einer Überleitung von den allgemeinen Mediennutzungsgewohnheiten Jugendlicher (wie sie in Modul 1 vorgestellt wurden) hin zu den von der Zielgruppe am häufigsten genutzten Messenger Apps und Communities, z. B. Snapchat, Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube und Co. Zum Ausprobieren ist eine Installation der Anwendungen auf den eigenen Geräten sinnvoll. In einem rollenspielähnlichen Szenario sollen sich die TN miteinander vernetzen (z. B. in einer WhatsApp-Gruppe) und die Mechanismen und Partizipationsmöglichkeiten (Kommunikation über Text, Bild- und Tonaufnahmen) innerhalb der einzelnen Apps kennenlernen. Im Anschluss erarbeiten die TN die professionellen Nutzungsmöglichkeiten sozialer Medien für die Aktivierung und Mobilisierung der Zielgruppe. Auf den Ergebnissen des Brainstormings aufbauend entwickeln

die TN Strategien für ihre Öffentlichkeitsarbeit und berücksichtigen dabei möglichst barrierearme Formen der Inhaltsproduktion in leichter und einfacher Sprache.

Zudem werden anhand aktueller Online-Beispiele auch problematische Entwicklungen in den sozialen Medien, wie z. B. Hate Speech, betrachtet und adäquate Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt. Um die Handhabung und Mechanismen sozialer Medien und virtueller Interaktionen besser nachvollziehen zu können, erhalten die TN in der zweiten Hälfte des Moduls den Arbeitsauftrag, in Kleingruppen eine kleine Social-Media-Kampagne für ein Jugendbeteiligungsprojekt zu entwickeln, es in unterschiedlichen Kanälen umzusetzen und letztlich auch zu verbreiten und zu bewerben. Die absehbaren positiven wie negativen Erfahrungen, die dieser Praxisteil mit sich bringt, stellen einen der wichtigsten Erkenntnisgewinne für das Verständnis von digitalen Jugendbeteiligungsprozessen dar. Die Vorstellung der multimedialen Online-Kampagnen und eine abschließende Auswertung sind deshalb sehr wichtig und dienen der Sammlung von Fragen und Themen für die weiteren Module.

<b>09:00 Uhr</b>	<b>Einführung in das Modul</b> – Einordnung und Anknüpfungspunkte zur Mediennutzung von Jugendlichen im Allgemeinen
<b>09:15 Uhr</b>	<b>1. Themenblock (165 Min.)</b>
30 Min.	<b>Input</b> durch Referent*in zur digitalen Jugendbeteiligung unter dem Paradigma „online und mobil“ (s. Niels Brüggem 2014 und Jürgen Ertelt 2014)
45 Min.	<b>Praxistest von Social Communities und Messenger-Apps:</b> Welche Plattform bzw. welches Tool ist für welchen kommunikativen Zweck geeignet? Wo liegen die Chancen und Risiken? Methodenvorschlag: vorbereitetes Live-Chat-Rollenspiel online
10:30 Uhr	<i>Pause (15 Min.)</i>
<b>10:45 Uhr</b>	<b>weiter mit dem 1. Themenblock</b>
45 Min.	<b>Internetrallye</b> zu Hate Speech, Trollen, Social Bots, Cyber-Mobbing etc. und Problematisierung der Kommunikation in sozialen Medien
45 Min.	Möglichkeiten des Community Managements (Moderation, Guidelines, Netiquette), Beispiele für gute Praxis
12:15 Uhr	<i>Mittagspause (45 Min.)</i>
<b>13:00 Uhr</b>	<b>2. Themenblock (210 Min.)</b>
45 Min.	Öffentlichkeitsarbeit und Social-Media-Management: Einführung zu Ansprache und Formen der Darstellung von Beteiligungsprozessen im Netz und mit sozialen Medien
120 Min.	<b>Medien-/Content-Produktion:</b> TN entwickeln in Kleingruppen eine eigene Social-Media-Kampagne und/oder produzieren dazu eigene mediale Inhalte (z.B. Facebook-Auftritt für ein Beteiligungsprojekt inkl. kleiner Videobotschaft auf YouTube)
45 Min.	<b>Präsentation</b> der Social-Media-Kampagnen und Auswertung nach unterschiedlichen Kriterien (Reichweite, Multimedialität, Barrierefreiheit usw.)
<b>16:30 Uhr</b>	<b>Abschluss</b>

## Literaturangaben und -empfehlungen

### Community Management

Martin Pfafferoth, Valerie Lange für die Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): „Non-Profits und Social Media: Netzwerke gewinnen, Kommunikation neu gestalten!“, (S.20 – 24), 2015, online verfügbar: [https://www.fes-mup.de/files/mup/pdf/broschueren/MuP\\_Fachtagung15\\_WEBeinzel.pdf](https://www.fes-mup.de/files/mup/pdf/broschueren/MuP_Fachtagung15_WEBeinzel.pdf) (zuletzt abgerufen: 23.03.2017)

### Hate Speech

Amadeu Antonio Stiftung (Hrsg.): „Geh sterben – Umgang mit Hatespeech und Kommentaren im Internet“, 2016, online verfügbar: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/hatespeech.pdf> (zuletzt abgerufen: 28.03.2017)

Klicksafe: „Wie begegnet man Hass im Netz“, online verfügbar: <http://www.klicksafe.de/service/aktuelles/news/detail/wie-begegnet-man-hass-im-netz/> (zuletzt abgerufen: 28.03.2017)

### Jugendbeteiligung digital

IJAB – Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e. V. (Hrsg.): „Youthpart – Jugendbeteiligung in der digitalen Gesellschaft“, 2014, online verfügbar: [https://www.ijab.de/uploads/tx\\_ttproducts/datasheet/youthpart-eParticipation\\_abschluss-web.pdf](https://www.ijab.de/uploads/tx_ttproducts/datasheet/youthpart-eParticipation_abschluss-web.pdf) (zuletzt abgerufen: 22.02.2017)

Darin besonders empfehlenswert:

*Niels Brüggem:* „Wieviel Partizipation steckt immanent in social media und wie kann Medienpädagogik sie wecken?“ (S.16/17)

*Jürgen Ertelt:* „Jung, mobil, beteiligt – Aspekte smarterer Jugendbeteiligung“ (S.28/29)

### Medienkompetenz

Jürgen Hüther/Bernd Schorb (Hrsg.): „Grundbegriffe Medienpädagogik“ 4., vollständig neu konzipierte Auflage, München, 2005. Auszüge, online verfügbar: [https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user\\_upload/Medienbildung\\_MCO/fileadmin/bibliothek/huether-schorb\\_grundbegriffe/huether-schorb\\_grundbegriffe.pdf](https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/huether-schorb_grundbegriffe/huether-schorb_grundbegriffe.pdf) (zuletzt abgerufen: 28.03.2017)

Medienkompetenzportal NRW: „Begriffsbestimmung Medienkompetenz“, online verfügbar: <http://www.medienkompetenzportalnrw.de/grundlagen/begriffsbestimmung.html> (zuletzt abgerufen 09.06.2017)

## **Social-Media**

Jörg Eisfeld-Reschke, Jona Hölderle: „Social Media Policy für Non-Profit-Organisationen – In 20 Schritten zum Leitfaden für den Umgang mit sozialen Medien“, 2010, online verfügbar: <http://pluralog.de/sonst/E-Book-Social-Media-Policy-fuer-NPOs.pdf> (zuletzt abgerufen: 28.03.2017)

Stiftung Mitarbeit: „Praxishilfe- Community-Organizing“, online verfügbar: <https://www.buergergesellschaft.de/praxishilfen/community-organizing/> (zuletzt abgerufen: 28.03.2017)

Stiftung Mitarbeit: „Praxishilfe – Pressearbeit“, online verfügbar: <https://www.buergergesellschaft.de/praxishilfen/veranstaltungsplanung/presse-und-oeffentlichkeitsarbeit/> (zuletzt abgerufen: 28.03.2017)

Stiftung Mitarbeit: „Praxishilfe – Teilnehmer/innen gewinnen“, online verfügbar: <https://www.buergergesellschaft.de/praxishilfen/veranstaltungsplanung/teilnehmerinnen-gewinnen/> (zuletzt abgerufen: 28.03.2017)

## **Social Bots**

Wired: „Welche Social Bots gibt es und wie funktionieren sie?“, online verfügbar: <https://www.wired.de/collection/tech/welche-social-bots-gibt-es-und-wie-funktionieren-sie> (zuletzt abgerufen: 28.03.2017)

## **Störer, Trolle etc.**

Klicksafe: „Verletzendes Online Verhalten“, online verfügbar: <http://www.klicksafe.de/themen/medienethik/verletzendes-online-verhalten/> (zuletzt abgerufen: 28.03.2017)

## **Generell für alle Module relevant**

Ministerium für Infrastruktur und Landesplanung des Landes Brandenburg: „Beteiligungsverfahren entwickeln und gestalten“, online verfügbar: <http://www.mil.brandenburg.de/cms/detail.php/bb1.c.297251.de> (zuletzt abgerufen 28.03.2017)

Patrizia Nanz/Miriam Fritsche für die Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): „Handbuch Bürgerbeteiligung Verfahren und Akteure, Chancen und Grenzen“, 2012, online verfügbar: <https://www.bpb.de/shop/buecher/schriftenreihe/76038/handbuch-buergerbeteiligung> (zuletzt abgerufen 28.03.2017)

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen Berlin: „Überblick der Online-Partizipation der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen“, online verfügbar: [http://www.stadtentwicklung.berlin.de/wir\\_ueber\\_uns/fokus/partizipation/de/partizipation\\_sens\\_tatum.shtml](http://www.stadtentwicklung.berlin.de/wir_ueber_uns/fokus/partizipation/de/partizipation_sens_tatum.shtml) (zuletzt abgerufen 28.03.2017)

## Methoden

### **Bring Your Own Device (BYOD)**

Umschreibt das Nutzen von eigenen (privaten) mobilen Endgeräten in Unternehmen oder Schulen, Universitäten etc. Mehr dazu: [https://de.wikipedia.org/wiki/Bring\\_your\\_own\\_device](https://de.wikipedia.org/wiki/Bring_your_own_device) (zuletzt abgerufen 09.06.17)

### **Internetrallye**

Erklärung und Tipps zum Gestalten einer Internetrallye: <http://www.wigy.de/rund-um-den-unterricht/methodenlandkarte/internetrallye/beschreibung-internetrallye.html> (zuletzt abgerufen 09.06.17)

### **Live-Chat-Rollenspiel**

fiktive Chatsituation zu einem niedrighschwelligem Kommunikationsanlass (z. B. Kinobesuch mit Freunden abstimmen, Beziehungskonflikt, Cyber-Mobbing Vorfall); Rollen werden vorbereitet und an TN verteilt; Chatverlauf und Kommunikationsverhalten werden von anderen Gruppenmitgliedern beobachtet und gemeinsam ausgewertet

## Kontakt

Isgard Walla, Projektleiterin *jugend.beteiligen.jetzt*  
Deutsche Kinder- und Jugendstiftung  
Tempelhofer Ufer 11, 10963 Berlin  
(030) 25 76 76 - 829  
[isgard.walla@dkjs.de](mailto:isgard.walla@dkjs.de)  
[www.dkjs.de](http://www.dkjs.de)

## Nutzungsrecht

Dieses Werk ist mit Ausnahme der Logos der Projektpartner\*innen (DBJR, DKJS, IJAB) und der Logos des BMFSFJ sowie der Jugendstrategie lizenziert unter: [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) Martin Nestler, Maria Bauer, Steffi Winkler, Julian Kulasza, *jugend.beteiligen.jetzt/DKJS* (Stand: Mai 2017)

