

# kampagnenstark

für Vielfalt und gegen Extremismus

## Projektträger

JFF – Institut für Medienpädagogik des JFF – Jugend Film Fernsehen e.V.

## Projektpartner

Bayerischer Jugendring

Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales

Distrikthilfswerke der Bayerischen Lions Clubs

Europäische Janusz Korczak Akademie

## Kooperationspartner

Medienzentrum Parabol

## Begründung und Zielsetzung

Ziel des Vorhabens ist es, mit Blick auf die sehr heterogene Gruppe Jugendlicher, Radikalisierung sowohl hinsichtlich religiös motivierter Radikalisierung als auch bezüglich Links- und Rechtsextremismus gar nicht erst entstehen zu lassen. Über die Auseinandersetzung mit Radikalisierungsfaktoren sowie eine Stärkung von demokratischen Werthaltungen und einem Bewusstsein für Solidarität werden Jugendliche in ihrer Ambiguitätstoleranz gestärkt. Somit wird die Wahrscheinlichkeit verringert bzw. minimiert, dass sie sich durch extremistische Botschaften angesprochen fühlen, sich einer extremistischen Gruppierung anschließen oder sich selbst bzw. andere gefährden.

## Projektbeschreibung und Inhalte

### Auseinandersetzung mit Anwerbestrategien in Social Media

Mit bedarfsgerechten Projektformaten stehen Jugendliche zwischen 13 und 22 Jahren gegen Radikalisierung und für das Zusammenleben in einer vielfältigen Gesellschaft ein. Dabei reflektieren sie in einem ersten Schritt ihr eigenes Online-Handeln und nehmen in den Blick, welche Sicht auf die Welt bzw. Gesellschaft ihnen in ihren liebsten Social-Media-Kanälen widerspiegelt wird und warum dem so ist (Filterblase, Echokammer, Fake News etc.). In diesem Kontext setzen sie sich intensiv mit Anwerbestrategien extremistischer Gruppierungen auseinander, erhalten entsprechende Hintergrundinformationen, um diese erkennen und einordnen zu können, warum sich junge Menschen immer wieder von entsprechenden Ansprachen angesprochen fühlen. Darüber hinaus haben die Teilnehmenden insbesondere auch die Möglichkeit, ihre Erfahrungen mit extremistischen

Inhalten im Netz zu teilen. Das Miteinander verschiedener kulturell und religiös geprägter Lebensstile sowie Werthaltungen können dabei thematisiert und reflektiert werden.

### **Kampagnenarbeit als öffentlichkeitswirksamer Peer-to-Peer Ansatz (on- und offline)**

In unterschiedlichen Medienformaten verleihen Jugendliche ihren Anliegen Ausdruck. Dabei stehen die Medienprodukte nicht für sich alleine, sondern werden in ein Präsentationskonzept mit Anregungscharakter eingebettet. Das Prinzip der medienpädagogischen Kampagnenarbeit dient als Orientierung für die praktische Arbeit mit der Zielgruppe. Kampagnen werden jedoch als komplexere Aktionen verstanden und nicht auf das einzelne Medienprodukt reduziert. (Im Folgenden wird daher der Begriff „medienpädagogische Aktivität mit Kampagnencharakter“ verwendet.) So können neue Ansätze zur Radikalisierungsprävention Heranwachsender mit Hilfe von Medien entwickelt werden. Denkbar sind dabei z. B. Formate wie selbstorganisierte Jugendtagungen in der eigenen Schule, performative Aktionen im öffentlichen Raum, Diskussionsformate im Verein und vieles mehr. Das Vorhaben wird 2021 im Rahmen des Wertebündnis Bayern realisiert und in enger Zusammenarbeit mit dem Medienzentrum Parabol, dem Bayerischen Jugendring, den Distrikthilfswerken der Bayerischen Lions Clubs, der Europäischen Janusz Korczak Akademie realisiert.

### **Organisatorischer Rahmen**

#### **Modul 1: Qualifizierung und Vernetzung von Trainer\*innen (online und offline)**

Ein bayernweites Netzwerk an Trainer\*innen ist Teil von kampagnenstark (siehe auch [kampagnenstark.de/team](http://kampagnenstark.de/team)). Bei den Trainer\*innen handelt es sich um erfahrene Personen aus dem Bereich der politischen Bildung und/oder der medienpädagogischen Praxisarbeit. Um flächendeckend, zielgruppenspezifisch und nachhaltig in Bayern arbeiten zu können, sind für das Vorhaben jeweils mindestens zwei Trainer\*innen pro Bezirk zuständig. Eine Auseinandersetzung mit Risikofaktoren von Radikalisierung sowie Anwerbestrategien im Bereich der religiös motivierten Radikalisierung aber auch von links- und rechtsextremistischen Gruppierungen sind Teil der kontinuierlichen inhaltlichen Qualifizierung und Vernetzung. Ein besonderes Augenmerk wird darüber hinaus auf die Rolle von Social-Media-Angeboten in diesen Zusammenhängen gelegt. Ebenso wichtig sind der Austausch zur methodischen Umsetzung in den einzelnen Projekten und die fachliche Beratung durch das Projektteam. Die Trainer\*innen vernetzen sich 2021 in einem zweitägigen Treffen, um methodische Ansätze und inhaltliche Aspekte zu diskutieren und sich weiterzubilden. Daneben werden weitere Online-Treffen mit dem Ziel der Qualitätssicherung initiiert.

#### **Modul 2: Medienprojekte mit Jugendlichen**

Jährlich werden pro Bezirk mindestens zwei medienpädagogische Aktivitäten mit Kampagnencharakter im Umfang von drei bis fünf Tagen realisiert. Dabei werden Jugendliche zwischen 13 und 22 Jahren adressiert. Die Medienprojekte können online,

offline oder verschränkt stattfinden, somit wird eine größtmögliche Flexibilität in der Projektdurchführung gewährleistet.

Wünschenswert sind insbesondere Aktivitäten im außerschulischen Kontext, die auch gefährdungsgeneigte Jugendliche ansprechen. Gemeinsam ist allen Aktivitäten, dass sich die Jugendlichen in medienpädagogischen Settings mit Anwerbestrategien extremistischer Gruppierungen und eigenen entsprechenden Erfahrungen (on- und offline) auseinandersetzen. Darüber hinaus ist es stets das Ziel, Außenstehende – Mitschüler\*innen, Eltern, Vereinsmitglieder, Passant\*innen u.v.m. – über entsprechende Diskursformate in die inhaltliche Auseinandersetzung mit einzubeziehen.

Dafür werden neue Methoden für die Primärprävention von Radikalisierung entwickelt und im Rahmen der Projekte erprobt. Die aktive Arbeit mit Medien und Medienprodukten ist dabei ein wesentlicher Bestandteil der Aktivitäten mit Kampagnencharakter. Ein besonderes Augenmerk wird deswegen auf die niederschwellige Arbeit mit Apps und mobilen Endgeräten gelegt. Die Wahl des Mediums (Audio, Video, Bild etc.) ist frei. 2021 wird der Fokus verstärkt auf Kampagnen gelegt, die im Netz und insbesondere über Social-Media-Angebote verbreitet werden.

### **Modul 3: Tagung für Fachkräfte und Jugendliche (offline, hybrid oder online)**

Die Erfahrungen aus dem modellhaften Arbeiten werden Ende 2021 im Rahmen einer Fachtagung für Fachkräfte aus der schulischen und außerschulischen Jugendarbeit aufbereitet. Die Veranstaltung wird darüber hinaus für Jugendliche geöffnet. Anregungen für die Arbeit von pädagogischen Fachkräften in Bayern werden somit gegeben und zudem ein generationenübergreifender Austausch angeregt. Eine inhaltliche Schwerpunktsetzung erfolgt im Verlauf des Förderjahres in Absprache mit dem Bayerischen Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales, der Stiftung Wertebündnis Bayern und den beteiligten Partnern. Ebenso wird im Verlauf des Jahres gemeinsam festgelegt, ob die Tagung online, offline oder hybrid (mit einer Mischung aus Online- und Offline-Elementen) stattfinden soll.

### **Modul 4: Arbeitshilfe für Fachkräfte (Schwerpunkt Social Media)**

Eine Arbeitshilfe für die Umsetzung von Online-Projekten wird 2021 veröffentlicht. Um auch unter Corona bedingten Einschränkungen mit Jugendlichen arbeiten zu können, werden Erfahrungen aus der Arbeit in Online-Projekten für Fachkräfte aus ganz Bayern aufbereitet. Ein inhaltlicher Schwerpunkt wird dabei auf die Rolle von Social-Media-Angeboten für die Anwerbestrategien extremistischer Gruppierungen gelegt.

### **Zeitlicher Rahmen**

Modul 1: ganzjährig

Modul 2: ganzjährig

Modul 3: Q4 2021

Modul 4: Q4 2021

## **Projektauswertung/Nachhaltigkeit/ Sicherung der Ergebnisse**

### **Besonderer Mehrwert des Projekts**

Ziel von kampagnenstark ist es, die Jugendlichen für Anwerbestrategien entsprechender religiös motivierten extremistischen Gruppierungen aber auch von links- und rechtsextremistischen Gruppierungen unempfindlich zu machen, indem sie hinsichtlich einer souveränen Lebensführung in einer pluralistischen und vielfältigen Gesellschaft gestärkt werden. Gleichmaßen geht es darum, sich Gehör für eigene Anliegen zu verschaffen und mit Dritten in einen Diskurs zu treten. Über diese Erfahrung werden die Heranwachsenden in ihrer Selbstwirksamkeitswahrnehmung bestärkt. Sie bekommen zunächst die Möglichkeit, sich in einem geschützten Rahmen intensiv mit Radikalisierung und den Anwerbestrategien extremistischer Gruppierungen sowie eigenen Erfahrungen auseinanderzusetzen. Über das gemeinsame Arbeiten an einer Sache, haben die Teilnehmenden zudem die Chance, einen spannenden und fordernden Gruppenprozess zu erleben.

2021 werden 14 medienpädagogische Projekte realisiert, die durch entsprechende on- und/oder offline-Aktionen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Darüber hinaus treten Jugendliche aktiv in den Diskurs mit anderen. So wird die Methode der medienpädagogischen Kampagnenarbeit in 2021 insbesondere auch auf die Umsetzung von Social-Media-Kampagnen weiterentwickelt. Der Fokus liegt somit auf den Kampagnenprodukten an sich und insbesondere auch auf der Entwicklung neuer medienpädagogischer Ansätze im Bereich der Radikalisierungsprävention.

Auch inhaltlich setzt kampagnenstark einen neuen Schwerpunkt, der alle Radikalisierungsphänomene (religiös motivierte Radikalisierung ebenso wie Links- und Rechtsextremismus) in den Blick nimmt und entsprechend der jeweiligen Zielgruppe bzw. der jeweiligen lebensweltlichen Kontexte der Teilnehmenden Radikalisierungstendenzen unterschiedlicher Ausprägung thematisieren und aufgreifen kann. Wesentlich ist dabei die Befähigung entsprechende Ansprachen insbesondere auch in Social-Media-Angeboten zu erkennen und ihnen in angemessener Form entgegentreten zu können.

Um mit dem Vorhaben alle Jugendliche (möglichst auch gefährdungsgeneigte Jugendliche im außerschulischen Kontext) zu erreichen und den regionalen Begebenheiten Genüge zu leisten werden 1.) Trainer\*innen kontinuierlich für die einzelnen Bezirke qualifiziert und im Prozess begleitet und 2.) zielgruppenspezifische Angebote jeweils bedarfsgerecht entwickelt. So können Jugendliche in verschiedenen schulischen und außerschulischen Settings mit unterschiedlichem Bildungs- und sozialem Hintergrund in der Stadt und im ländlichen Gebiet angesprochen werden. Das Projekt besitzt somit einen ausgesprochen hohen partizipativen Charakter.

### **Qualitätssicherung und Nachhaltigkeit**

Die Qualität der einzelnen medienpädagogischen Aktivitäten mit Kampagnencharakter wird in einer gemeinsamen Feedbackmethode gesichert. So haben die Trainer\*innen die Möglichkeit, im Rahmen ihrer Vernetzungstreffen einen fundierten und differenzierten Blick auf verschiedene Gelingens-Faktoren im Projektverlauf zu werfen. Darüber hinaus stehen die

beteiligten Trainer\*innen im regelmäßigen Austausch und werden bedarfsgerecht weitergebildet. Ein Projektbeirat gibt dem durchführenden Team Feedback und inhaltliche Anregungen für den Gesamtprozess.

Wesentlich ist es, eine Struktur kompetenter Fachkräfte im Kontext von kampagnenstark weiter auszubauen, zu festigen und zu erweitern. Ziel ist es, entsprechende Kompetenzen in den Bezirken zu etablieren und bezirksübergreifende Vernetzungsstrukturen so zu festigen, dass sie auch nach der Projektlaufzeit tragfähig sind. Über den Online-Auftritt des Projekts werden überdies nicht nur die Medienprodukte aus den Projekten zur Verfügung gestellt, sondern insbesondere auch deren Entstehungsprozess dokumentiert. Eine angemessene Dokumentation über die Website und die Arbeitshilfen sollen interessierten Fachkräften über die Projektlaufzeit hinaus Anhaltspunkte für deren Arbeit mit Jugendlichen geben.

### **Outputfaktoren**

2021 werden 14 medienpädagogische Projekte realisiert, die durch entsprechende on- und/oder offline-Aktionen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Das heißt, die Jugendlichen treten als Multiplikator\*innen aktiv in den Diskurs mit anderen. Es werden mindestens 140 Jugendliche in den Workshops erreicht. Mit den entstehenden Kampagnen werden zudem mindestens 2.000 weitere Personen angesprochen. Mit der abschließenden Fachtagung werden mindestens 60 pädagogische Fachkräfte und 20 Jugendliche erreicht. Über Instagram werden 2021 mindestens 300 Abonnent\*innen regelmäßig angesprochen, über Facebook 200 Abonenn\*innen. Mit einer Social-Media-Kampagne (Instagram @kampagnenstark) im Vorfeld der Fachtagung werden ca. weitere 1.000 Personen aus ganz Bayern erreicht.

### **Materialien**

#### **Projektwebsite**

Mit gegen-extremismus.jff.de wurde eine Dachseite geschaffen, welche die bayernweiten medienpädagogischen Aktivitäten des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis im Bereich der Primärprävention bündelt. Das aktuelle Modellvorhaben kann darüber hinaus auch über kampagnenstark.de direkt angewählt werden. Blogbeiträge geben Einblicke in den Projektprozess und die unterschiedlichen medienpädagogischen Aktivitäten mit Kampagnencharakter. Ein entsprechender Beitrag für die Veröffentlichung auf der Website ist immanenter Bestandteil jedes Projekts.

#### **Kampagnenprodukte**

Geeignete Medienprodukte werden auf der Plattform zum Download und zur Verbreitung zur Verfügung gestellt. Jede einzelne medienpädagogische Aktivität lässt sich regional verorten und richtet sich über eine geplante Kampagnenaktion an eine Öffentlichkeit. Die entsprechenden Medienprodukte sind oftmals gute Materialien für die öffentliche Kommunikation und können on- und offline eingesetzt werden. Sie können auf der projekteigenen Website abgerufen werden und eignen sich für die Verwendung in der Social Media-Kommunikation der Beteiligten und der Projektpartner\*innen.

## Social-Media-Kampagne

2021 wird das Vorhaben mit einer gezielten Social-Media-Aktion (Instagram@kampagnenstark) in die breite Öffentlichkeit getragen. Die Aktion geht über ein reines Bewerben der Fachtagung hinaus und ist stark inhaltlich ausgerichtet. Sie wird vor der Fachtagung realisiert um interessierte Fachkräfte aus ganz Bayern „als Nebeneffekt“ auf die Veranstaltung aufmerksam zu machen. Um die öffentliche Wahrnehmbarkeit weiter zu stärken, werden ergänzend auch Printmaterialien (z.B. Postkarten und Plakate) verbreitet.

