

## Online und vor Ort

### Engagement mit Storytelling, Kampagnen und vernetztem Arbeiten<sup>1</sup>

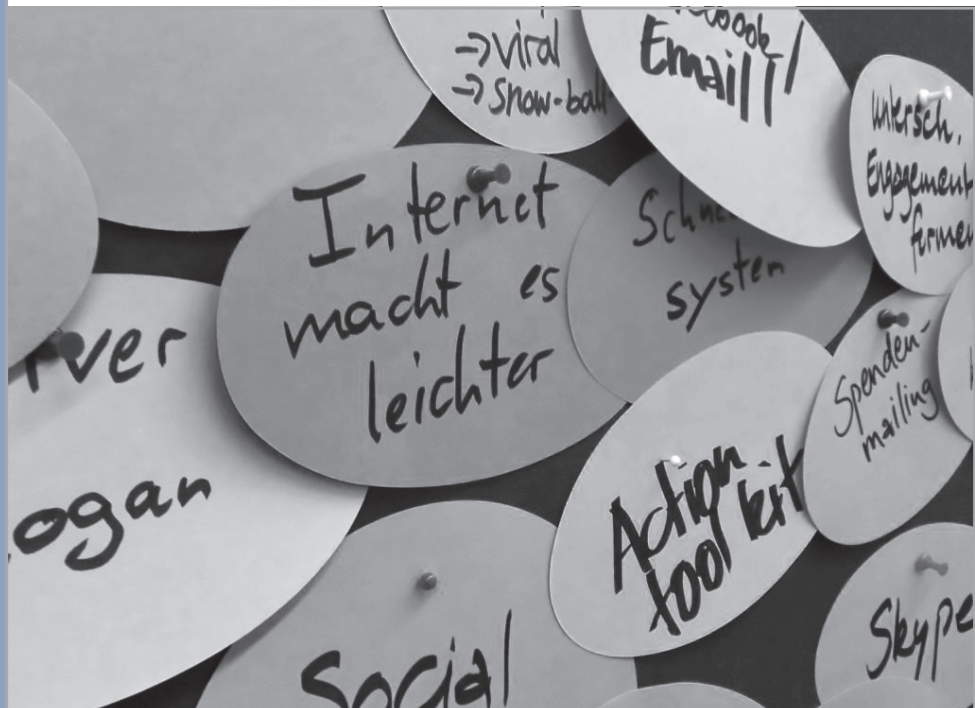
Die Verheißungen der digitalen Demokratie und das klassische Engagement in Schülervvertretungen, Vereinen, Jugendverbänden oder Nichtregierungsorganisationen wirken mitunter wie zwei getrennte Welten. Eine Workshop-Reihe der Evangelischen Akademie Frankfurt brachte beides zusammen und bot engagierten Jugendlichen sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren die Möglichkeit, spannende Ansätze kennenzulernen, Werkzeuge auszuprobieren und eigene Projekte zu entwickeln.

#### Neue Beteiligungskultur oder Wohlfühlaktionismus?

Online-Medien verändern die politischen Kommunikations- und Handlungsmöglichkeiten von Jugendlichen. Es entstehen neue Wege (1) zu Informationen über Politik, (2) der Artikulation eigener Interessen, (3) der Vernetzung, Mobilisierung und kreativer Aktionen und (4) der E-Partizipation im engeren Sinne.<sup>2</sup> Allerdings gehen die Meinungen darüber, ob dies eine grundlegend neue Qualität der Beteiligung mit sich bringt, weit auseinander. In den letzten Jahren war in dieser Hinsicht eine große Hoffnung spürbar: Man sprach von einer neuen Partizipationskultur, deren Kennzeichen die Ausweitung direktdemokratischer Elemente, die Aktivierung bisher unterrepräsentierter Gruppen und niedrigschwellige Zugangsmöglichkeiten für alle sein sollten. Die ehemals zu weitgehender Passivität verdammt Bürgerinnen und Bürger der „Zuschauerdemokratie“ könnten sich in einem durchlässigen, demokratischen Prozess auf Augenhöhe begegnen und so gemeinsam das Ideal einer deliberativen Demokratie verwirklichen.<sup>3</sup> Diese optimistische Perspektive eines „Zeitalters der Bürgerbeteiligung“ machte sich vor allem an den Charakteristika der Online-Medien fest. Denn Web-2.0-Anwendungen bieten den Nutzern niedrigschwellige Möglichkeiten, eigene Text-, Bild- oder Bewegtbild-Beiträge zu veröf-

fentlichen, zu kommentieren und sich untereinander zu vernetzen, so dass es angemessen scheint, von einem „Mitmachnetz“ zu sprechen.<sup>4</sup> In einer optimistischen Perspektive eröffnet das Netz also die Chance einer neuen Beteiligungskultur, in der auch Jugendliche ihre Wünsche und Positionen artikulieren und sich mit anderen Gruppen, Initiativen und Verbänden vernetzen können. Kreative Aktionen im Rahmen von Web-2.0-gestützten Kampagnen ermöglichen die Mobilisierung von Menschen für oder gegen Vorhaben. Es entstehen neue Resonanzräume und die Chance auf eine Neubelebung demokratischer Mitbestimmung, weil über soziale Medien auch Stimmen gehört werden, die in etablierten Formen der Partizipation kein Gehör finden.

Demgegenüber bemängeln Kritiker/-innen, dass viele Formen dieser vermeintlichen „Beteiligungskultur“ nur darin bestünden, sich beispielsweise durch die „Gefällt mir“-Funktion oder das Teilen von Inhalten auf Facebook zu positionieren, ohne dass dadurch reales Engagement oder „echte“ Beteiligung entsteht. Zwar findet demnach im Netz so etwas wie ein fortlaufender Prozess der Meinungsbildung statt, allerdings könnte es sich dabei auch um „slacktivism“ – ein Neologismus aus „slacker“ (Faulenzer, Nichtstuer) und Aktivismus – handeln, also einen Wohlfühl-Aktionismus ohne konkrete Auswirkungen. So sind viele Mitmach-Formate von einem geringen Grad an Verbindlichkeit gekennzeichnet, eher kurzfristig angelegt und häufig negativ in ihrer Ausrichtung. Ohne Zweifel ist die Niedrigschwelligkeit vieler



Kampagnen, bei denen es beispielsweise ausreicht, für eine gute Sache Gesicht zu zeigen, zugleich auch eine Schwäche, da die Teilnehmenden in der Regel nicht die Erfahrung machen, durch ihr individuelles Handeln konkrete Veränderungen zu bewirken.

Ein wichtiger Befund der Partizipations- und Jugendforschung ist aber auch: Für eine ganze Mediengeneration ist das Internet der primäre Bezugsrahmen, um sich politisch auszudrücken. Eine qualitative Veränderung scheint darin zu bestehen, dass es vor allem „kleine Formen der Beteiligung durch Medien“ gibt, die sich durch Online-Medien substantiell verändert haben oder neu entstanden sind. Dabei handelt es sich beispielsweise um die Organisation von Aktivitäten im Nahumfeld, das Verfassen eines eigenen Szene-Blogs oder das Weiterverbreiten von Informationen zu Demonstrationen und Aktionen. Dabei wird deutlich, dass „die Beteiligung durch [Online-]Medien umfassend eingebettet ist in das Engagement als solches“.<sup>5</sup>

In diesem Spannungsfeld setzte die Workshop-Reihe „Mitmachnetz und Digitale Demokratie“ an. Dabei wollten die Projektpartner ausprobieren, wie politische Bildung die Potentiale von Online-Medien für Jugendbeteiligung erschließen und zugleich zu einer „Mitmachkultur“ im Netz anregen kann.

Der Ausgangspunkt war die Frage: Wie können bereits engagierte Jugendliche, Initiativen und Jugendverbände ganz konkret soziale Medien für ihre Arbeit nutzen? Wichtig war dabei die Abgrenzung zu vorstrukturierten Räumen der E-Partizipation wie beispielsweise Dialogverfahren, die häufig ebenfalls mit der digitalen Demokratie verbunden werden. Unter dem Stichwort „Mitmachnetz“ interessierten sich die Projektpartner vor allem für solche Plattformen und Werkzeuge, die von Jugendlichen selbst zur Artikulation ihrer Anliegen, für sichtbare Positionierungen zu Themen, für die Gestaltung eigener Kommunikationsräume und Kampagnen genutzt werden können. Ein wichtiger Aspekt war dabei die Vorbereitung und Durchführung der Workshops mit jungen Multiplikator/-innen aus Jugendverbänden, der Landesschülervertretung und Expert/-innen für soziale Medien. Dadurch konnten einerseits die konkreten Bedürfnisse engagierter Jugendlicher einbezogen und andererseits jeweils aktuelle Entwicklungen aus dem dynamischen Feld des Web-2.0-gestützten Aktivismus aufgenommen werden. Auf diese Weise präzisierten sich die Fragestellungen mit jeder Veranstaltung weiter und entwickelten sich parallel zu der Umsetzung von neuen Kommunikations- und Aktionsformen in den beteiligten Jugendgruppen.

## 24-Stunden-Workshops mit Impulsen, Projekten, Strategien

Als geeignetes Format kristallisierte sich ein zweitägiger Workshop heraus, der jeweils von Freitag 17.00 bis Samstag 17.00 Uhr dauerte. Die Teilnehmer/-innen wurden eingeladen, ihre Anliegen mitzubringen, sei es in Form von konkreten Projekten und Vorhaben, sei es als Wunsch nach Anregungen und Kompetenzen für das eigene Engagement. Die Gestaltung der Angebote folgte dabei erstens der Zielsetzung, die Potentiale der Beteiligung in und durch soziale Medien durch interessante Beispiele aus den Bereichen Online-Aktivismus, Jugendverbände, Medien und professionell arbeitende Agenturen aufzuzeigen. Zweitens sollten Jugendliche die Möglichkeit haben, darüber zu reflektieren, für welche ihrer Anliegen die Nutzung bestimmter Tools geeignet sein könnte und wie sich diese Dimension mit den bestehenden Formen der Interaktion und Kommunikation verbinden lässt. Drittens schließlich wurde ein konkreter Transfer angestrebt, indem die Teilnehmer/-innen spielerisch den Einsatz von Tools erprobten, Social-Media-Strategien planten, Anliegen präzisierten und sich gegenseitig Feedback zu den entwickelten Ansätzen gaben. In allen Phasen erhielten sie dabei Unterstützung von Pädagogen und Pädagoginnen, vor allem aber auch von Aktivist/-innen und Social-Media-Expert/-innen. In Diskussionen mit beiden Gruppen konnte auch darüber reflektiert werden, wie sich Engagement und Beteiligung in der digitalen Gesellschaft verändern.

## Vernetztes Arbeiten, Storytelling, Kampagnen

Als erstes wichtiges Anliegen wurde die Frage formuliert, wie sich soziale Medien in bestehenden Strukturen für neue Formen vernetzten Arbeitens und der Kommunikation mit Mitgliedern und Interessent/-innen nutzen lassen. In dieser Veranstaltung wurden Tools wie Facebook, Etherpads, selbstgestaltete Online-Communities (Mixxt), Blogs, Video-Podcasts und die Beteiligungssoftware Adhocracy ausprobiert. Im Anschluss daran entstanden an Thementischen erste Pläne für die Anwendung in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Kontakt mit Interessenten, Kommunikation mit Mitgliedern, Entscheidungsfindung, Offene Diskussionen und Organisation von Veranstaltungen. Aus diesem Workshop gingen unter anderem eine Social-Media-Strategie für einen Projekttag an einer Schule, eine eigene Community auf Mixxt und ein virtuelles Parlament in einem Jugendverband hervor.<sup>6</sup>



Der zweite Workshop stand unter dem Titel „kampagnenfähig?!? – Mit Klicks und Aktionen die Welt verändern.“ Dabei berichteten Profis und aktive Jugendliche, wie eine Kampagne im Internet und mit kreativen Aktionen vor Ort nach ihrer Erfahrung am besten funktioniert, gaben konkrete Tipps, um möglichst viele Klicks in sozialen Netzwerken und Öffentlichkeit in klassischen Medien herzustellen. Mit *action tool kits* können dabei auch weit entfernte oder nur lose vernetzte Menschen mit wenig Zeitaufwand an der Kampagne mitwirken. Von den vorgestellten Beispielen kamen zwei aus dem Bereich Klimaschutz. Dies spiegelt die große Vielfalt und Lebendigkeit von transnationalen, relativ professionellen Initiativen in diesem Themenfeld von globaler Bedeutung wider. Ebenso wichtig war es aufzuzeigen, dass sich auch mit einfachen Mitteln und auf regionaler Ebene gute Kampagnen konzipieren lassen. So stellten zwei Schülerinnen aus Bayern Videofilme vor, die für mehr Toleranz in der Schule warben. In der anschließenden Arbeitsphase entstanden innerhalb kürzester Zeit fünf Ideen für die Umsetzung von Kampagnen in der eigenen Arbeit. Eine Gruppe initiierte dann auch die Kampagne „(D)eine Stimme für die Jugend“ für die Absenkung des passiven Wahlalters für Kirchenvorstände. Eine Gruppe von Jugendlichen aus dem Stadt- und Landesschülerrat forderte unter dem Titel „Ich fahr' schwarz“ ei-

nen kostenlosen ÖPNV für Schüler/-innen. Junge Aktivisten aus dem Rhein-Main-Gebiet hatten die Idee zu „Kein Freiflug für Klimakiller“ mit dem Ziel, die Besteuerung von Kerosin einzuführen. Multiplikator/-innen der Jugendarbeit wünschten sich unter dem Titel „Bahn frei fürs Ehrenamt“ eine kostenlose BahnCard 50 für alle JuLeiCa-Inhaber. Eine Gruppe 13- und 14-jähriger Schülerinnen problematisierte die Produktionsbedingungen in der südostasiatischen Textilindustrie mit dem Slogan „Ich steh’ auf faire Kleidung – und Du?“ Auch wenn nicht alle Kampagnenideen umgesetzt wurden, zeigen die entwickelten Ideen doch, dass die Jugendlichen sehr engagiert waren und konkret an ihren Projekten arbeiteten. In den Diskussionen stellte sich heraus, dass nicht jedes Thema und jede Gruppe „kampagnenfähig“ ist oder sein will. Die Jugendlichen arbeiteten daher sehr genau heraus, welche Anliegen sie kommunizieren möchten und welche Argumente überzeugen.

Diesen Faden führte die Veranstaltung „Erzähl Deine Geschichte“ fort, bei der Jugendliche ausprobieren konnten, wie sich komplexe Zusammenhänge in eine interessante Geschichte verwandeln und mitreißend erzählen lassen. Unter Anleitung eines professionellen Social-Media-Redakteurs, eines populären Youtubers und von Online-Aktivisten lernten sie Möglichkeiten des crossmedialen Storytelling kennen, nutzten einfache Werkzeuge, um potentiell „virale“ Fotos und Kurzvideos zu erstellen, und machten mit Apps und Geomapping auf markante Punkte im Stadtraum aufmerksam. Die Erkenntnisse aus den Workshops wurden abschließend in Tipps zusammengefasst. Eine gute Geschichte ist nach den Erfahrungen aus den Workshops kurz und knackig, emotional und weckt Gefühle, überzeugend, authentisch und überraschend. Dabei sollten verschiedene Kanäle und Visualisierungsformen genutzt, verschiedene Perspektiven eingebunden und die Möglichkeit zum „Weiterspinnen“ und Verändern der Geschichte gegeben werden. Auch in diesem Fall wurde deutlich, dass zuallererst das Anliegen und die Idee zählen, erst dann kommt die technische Umsetzung.

### **„Echtes“ Engagement mit Social Media?**

Als Fazit lässt sich festhalten, dass es lohnenswert ist, mit Jugendlichen und Multiplikator/-innen die Potentiale des Web 2.0 für die Weiterentwicklung von Engagement auszuloten. Dabei geht es nicht um eine naiv-optimistische Perspektive, dass soziale Medien automatisch Themen interessanter machen oder Beteiligung erzeugen. Die Erfah-

rungen aus der Workshop-Reihe und vor allem die vielfältigen Aktivitäten, die danach von den Jugendlichen selbst in Angriff genommen wurden, verdeutlichen aber die großen Potentiale. Viele der erprobten Werkzeuge machen Spaß, sind leicht handhabbar und sprechen Jugendliche unmittelbar an. Die Nutzung der Medien regt dazu an, sich über eigene Anliegen und Ziele, über Adressaten, relevante Akteure und mögliche Strategien klar zu werden. Richtig eingesetzt entsteht daraus ein Mehr an Kommunikation und Beteiligung in den etablierten Strukturen, können Jugendliche andere für ihre Anliegen begeistern und gemeinsam aktiv werden.

### Anmerkungen

- <sup>1</sup> Eine frühere Version dieses Beitrags erscheint parallel in: Jantschek, Ole; Waldmann, Klaus (Hg.) (vorauss. 2015): *Shape the future. Digitale Medien und politische Jugendbildung*. Schwalbach ITs.: Wochenschau-Verlag, Kap. 4.4.1. (in Vorbereitung).
- <sup>2</sup> Vgl. ausführlich zur Frage, wie sich politisches Handeln durch Online-Medien verändert, Becker, Ann-Katrin; Jantschek, Ole (vorauss. 2015): *Politisches Handeln in der digitalen Demokratie*, in: Anm. 1.
- <sup>3</sup> Vgl. Kerchner, Brigitte (2013): „Liquid Democracy“ – Zur Qualität digital vernetzter Bürgerbeteiligung. In: *Politische Bildung*. 3/2013, S. 38–56, S. 38. Gräßer, Lars; Hagedorn, Friedrich (2012): *Soziale und politische Teilhabe im Netz? E-Partizipation als Herausforderung*. Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen Bd. 13. Düsseldorf; München: Kopaed, S. 11 ff.
- <sup>4</sup> Fisch, Martin; Gscheidle, Christoph (2008): *Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys*. In: *Media Perspektiven*, H. 7, S. 356-364. Online verfügbar unter: [www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/Fisch\\_II.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Fisch_II.pdf), S. 1.
- <sup>5</sup> Hepp, Andreas; Berg, Matthias; Roitsch, Cindy (Hg.) (2014): *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 227 ff., Zitat S. 246.
- <sup>6</sup> Vgl. zu den Erfahrungen bei der Evangelischen Jugend in Hessen und Nassau den Beitrag Strobel, Sven (2013): *Digitale Kommunikation als Chance für Jugendverbände*. In: *Hessische Jugend*, 1/2013, S. 18–20. Online verfügbar: [www.shape-the-future.de/sites/all/files/attached\\_files/Digitale\\_Kommunikation\\_als\\_Chance\\_f%C3%BCr\\_Jugendverb%C3%A4nde\\_Strobel\\_hessische\\_jugend\\_01\\_13.pdf](http://www.shape-the-future.de/sites/all/files/attached_files/Digitale_Kommunikation_als_Chance_f%C3%BCr_Jugendverb%C3%A4nde_Strobel_hessische_jugend_01_13.pdf) (Zugriff: 14.7.2014)

### Literatur

- > Voss, Katrin (Hg.) (2014): *Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet*. Wiesbaden: Springer VS.
- > Hepp, Andreas; Berg, Matthias; Roitsch, Cindy (Hg.) (2014): *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Wiesbaden: Springer VS.