



Digitale Radikalisierungsprävention

Ansätze, Praxisbeispiele und Reflexionsanlässe

Handreichung der wissenschaftlichen Begleitung des Handlungsfelds
Extremismusprävention im Bundesprogramm **Demokratie leben!**

INSTITUT FÜR SOZIALARBEIT UND SOZIALPÄDAGOGIK E. V. (HRSG.)

Gefördert vom

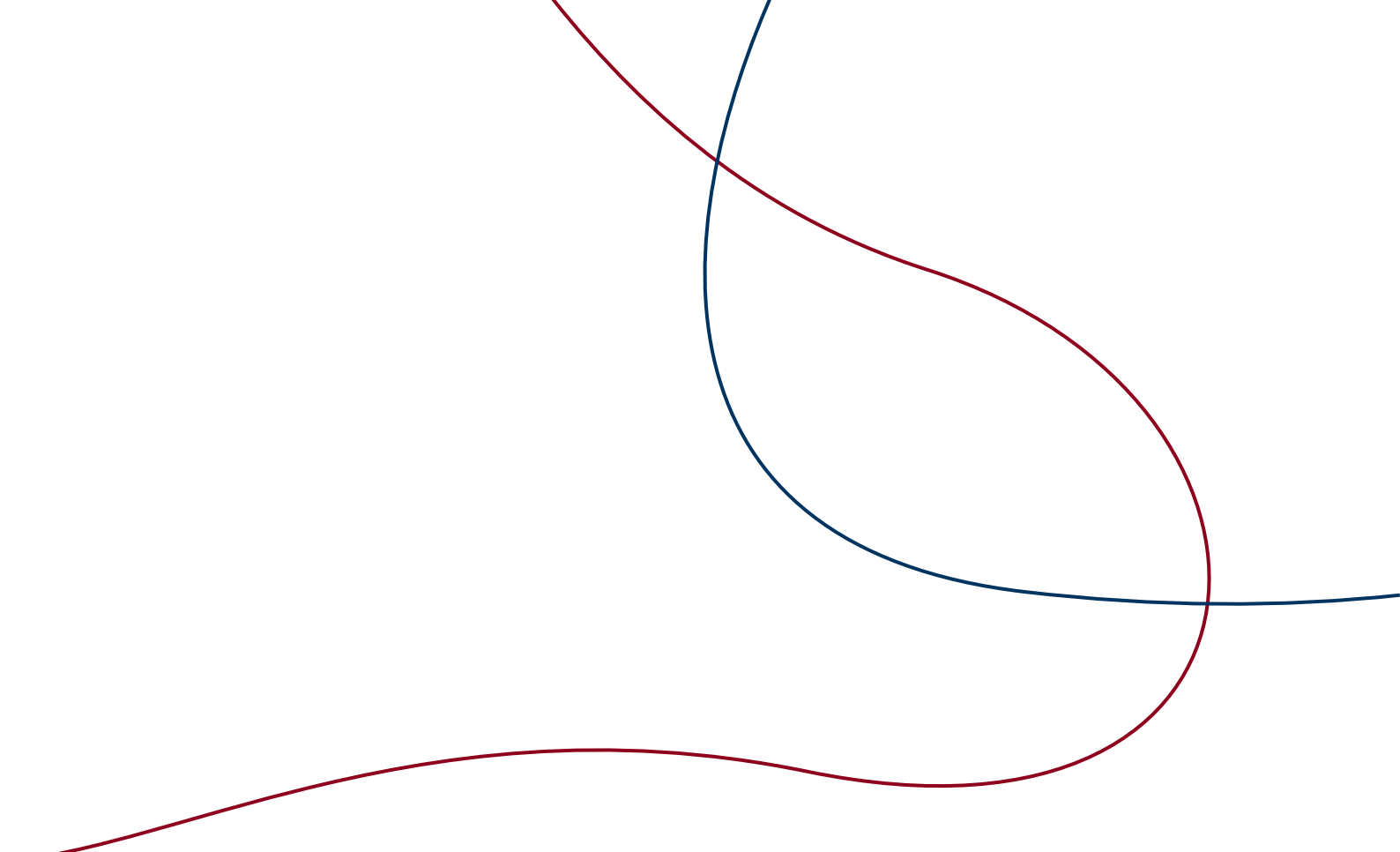
im Rahmen des Bundesprogramms

ISS
Gemeinnütziger e. V.



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Demokratie **leben!**



Impressum

Hrsg.

Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e. V.
Zeilweg 42, 60439 Frankfurt a.M.
info@iss-ffm.de
Telefon 069 95789-0

Frankfurt am Main, Juni 2024
ISBN: 978-3-88493-280-3 (Druckversion)
ISBN: 978-3-88493-281-0 (Online)

Autorinnen

Isabell Ziegler
Anja Schmidt-Kleinert
Judith Pape

Unter Mitarbeit von Dr. Irina Volf, Bereichs-
leitung „Armut“, „Radikalisierungsprävention“
und Dr. Alex Aßmann

Gestaltung und Satz www.sanderdesign.net

Druck dieUmweltDruckerei GmbH

Fotos © Photocase

Die Veröffentlichung stellt keine Meinungs-
äußerung des BMFSFJ oder des BAFzA dar.
Für inhaltliche Aussagen tragen die
Autor*innen die Verantwortung.

Digitale Radikalisierungsprävention: Ansätze, Praxisbeispiele und Reflexionsanlässe

Handreichung der wissenschaftlichen Begleitung des Handlungsfelds
Extremismusprävention im Bundesprogramm Demokratie leben!



Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e.V.

Inhalt

1	Einleitung	5
2	Hintergrund: Warum digitale Ansätze in der Radikalisierungsprävention notwendig sind	6
3	Digitale Medien in der Radikalisierungsprävention	9
3.1	Rahmenbedingungen professionellen Handelns im digitalen Raum	9
3.2	Digitale Medien im Handlungsfeld „Extremismusprävention“ des Bundesprogramms „Demokratie leben!“	11
3.3	Einblick in die Praxis: Maßnahmen der Modellprojekte	13
3.3.1	PRISMA – Digital Streetwork im Kontext der Neuen Rechten	13
3.3.2	CLICK! – Digitales Training für rechtsextrem gefährdete Jugendliche	15
3.3.3	„The Game is not over“ – Mobile Game zur Sensibilisierung für Verschwörungsmythen	16
4	Die eigene Praxis um digitale Medien erweitern	19
4.1	Empfehlungen für digitale Maßnahmen in der Radikalisierungsprävention	19
	Welche organisatorischen Voraussetzungen sollte ich erfüllen?	19
	Welche Ressourcen brauche ich?	19
	Wie bestimme ich meine Zielgruppe?	20
	Worauf sollte ich bei der Konzeptentwicklung achten?	21
	Wie erreiche ich die Zielgruppe mit meinem digitalen Angebot?	22
	Wie erhöhe ich die Akzeptanz meines digitalen Angebots?	23
	Wie erhöhe ich die Bekanntheit meines digitalen Angebots?	23
4.2	Reflexionsübungen für die eigene Praxis	24
5	Ausblick	27
6	Quellenverzeichnis	28

1 Einleitung

Für Jugendliche und junge Erwachsene gibt es im digitalen Raum viele Wege, um direkt mit demokratie- und menschenfeindlichen Inhalten in Berührung zu kommen. Für Bewegungen mit antidemokratischer und menschenfeindlicher Agenda ist das Internet schon längst zur „primären operationellen Umgebung“ geworden.¹ Deren digitale Kommunikationsstrategien richten sich häufig ganz gezielt an ein junges Publikum, sodass sich die pädagogische Präventions- und Interventionsarbeit zunehmend auch dem digitalen Raum widmet. Die vorliegende Handreichung gibt Anregungen für die Planung und Umsetzung digitaler Projekte im Bereich der „Extremismusprävention“. Dabei wird auf Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Begleitung von 35 Modellprojekten in den Themenfeldern „Rechtsextremismus“, „Islamistischer Extremismus“, „Phänomenübergreifende Prävention“ und „Linker Extremismus“ zurückgegriffen.

Es handelt sich hierbei um Modellprojekte, die im Zeitraum zwischen 2020 und 2024 im Bundesprogramm „Demokratie leben!“ gefördert werden. In 28 dieser Modellprojekte werden unter anderem unterschiedliche Zugangswege im Netz sowie **digitalmedienbasierte oder digitalmedienunterstützte Ansätze** für die Arbeit mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen erprobt.² Sie geben daher Einblick in eine sich etablierende digitale Präventionslandschaft. Deshalb stehen sie auch im Fokus dieser Handreichung, in der zugleich relevante Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Begleitung präsentiert und an drei Praxisbeispielen exemplarisch veranschaulicht werden. Es handelt sich dabei um Beispiele, die

- in der Fachdebatte als besonders vielversprechend für eine „digitale Radikalisierungsprävention“ angesehen werden (**Digital Streetwork**);
- als innovative Weiterentwicklung bereits etablierter Formen digitaler Wissensvermittlung und Sensibilisierung angesehen werden können (**Serious Games**) und
- besonders illustrativ dafür sind, wie sich altbewährte Maßnahmen – hier der „soziale Trainingskurs“ in der Prävention von Rechtsextremismus – auf digitalem Weg in ein schnell verfügbares, niedrigschwelliges Angebot übersetzen lassen (**Online-Training**).

Bei **digitalmediengestützten Ansätzen** werden digitale Medien in die Erreichung und Arbeit mit der Zielgruppe einbezogen (z. B. Einsatz einer App in einem schulischen Workshop). Im Rahmen **digitalmedienbasierter Ansätze** vollzieht sich der Prozess dagegen gänzlich innerhalb digitaler Medien (z. B. bei der Online-Beratung).

Digital Streetwork ist eine Form der mobilen Jugendarbeit, bei der Fachkräfte und Adressat*innen in Foren oder Chats digitaler Kanäle aufeinandertreffen, wo auch die daran anknüpfenden Interaktionen und Interventionen stattfinden.

Serious Games verbinden Unterhaltung mit Bildung. Spielmechanik, Rahmenhandlung und pädagogische Inhalte sind so aufeinander abgestimmt, dass die Spieler*innen konkrete Erfahrungen machen, aus denen sie entsprechend der intendierten Ziele lernen sollen.

In einem **virtuellen sozialen Trainingskurs** setzen sich Adressat*innen unter pädagogischer Begleitung intensiv mit Einstellungen, problematischen Verhaltensweisen und ggf. Straftaten auseinander. Dazu werden z. B. Videos und Audiobeiträge, Avatare, Rollenspiele, narrative Sequenzen und Schreibaufgaben genutzt.

Die Handreichung ist in drei Kapitel gegliedert: Zunächst werden in einem kurzen Überblick Befunde aus der aktuellen Forschung zu den Berührungspunkten junger Menschen mit digitaler Demokratie- und Menschenfeindlichkeit vorgestellt (**Kapitel 2**). Darauf aufbauend zeigen die Beispiele aus der Praxis der Modellprojekte verschiedene Möglichkeiten, wie online auf Radikalisierungsdynamiken reagiert werden kann und wie sich digitale Medien bei unterschiedlichen Zielgruppen erfolgreich für die Prävention einsetzen lassen (**Kapitel 3**). Der letzte Abschnitt der Handreichung bietet Impulse für Fachkräfte, die ihre Praxis der Radikalisierungsprävention um digitale Medien erweitern möchten (**Kapitel 4**). Dazu werden Empfehlungen für die Planung und Umsetzung digitaler Formate formuliert. Darauf folgt eine fiktive Fallgeschichte mit ergänzenden Reflexionsübungen, in denen wichtige Aspekte der Handreichung aufgegriffen werden. Sie sollen Praktiker*innen ermöglichen, sich mit verschiedenen Handlungsalternativen auseinanderzusetzen und eigene Lösungsideen zu entwickeln.



2 Hintergrund: Warum digitale Ansätze in der Radikalisierungsprävention notwendig sind

Jugendlichen und jungen Erwachsenen eröffnen sich im Netz Unterhaltungs-, Informations-, Bildungs- und Sozialisationsräume, in denen sie Wissen sammeln, mit anderen kommunizieren, Aufmerksamkeit suchen, spielen, sich treiben lassen aber auch Grenzen austesten. Für die Suche nach Identitätsentwürfen und die Gestaltung von Beziehungen schafft der virtuelle Rahmen vielfältige Möglichkeiten. Digitale Medien sind interaktiv ausgerichtet und bieten den Nutzer*innen zudem jederzeit die Möglichkeit, unkompliziert eigene Inhalte zu erzeugen und zu verbreiten. Durch diese Elemente sind digitale Medien aber auch ideale Resonanzräume für „extremistische“ Gruppierungen. Im Rahmen der pädagogischen Radikalisierungsprävention sind dabei unterschiedliche Gegebenheiten besonders bedeutsam.

Demokratie- und menschenfeindliche Gruppierungen versuchen mit Hilfe digitaler Medien Einfluss auf die Meinungs- und Willensbildung der Nutzer*innen zu nehmen.

Die Präsenz antidemokratischer und menschenfeindlicher Botschaften in den Sozialen Medien ist sowohl auf organisierte Akteur*innen als auch auf „normale“ Nutzer*innen zurückzuführen, die ihre Einstellungen und Weltbilder im Internet äußern. Dabei verknüpfen vor allem die planmäßig vorgehenden Akteur*innen mit ihren Online-Aktivitäten bestimmte Ziele, zum Beispiel die Einflussnahme auf die individuelle Meinungsbildung oder die politische Willensbildung. Sie sind im Netz mit jugendaffinen Inhalten überall dort vertreten, wo sich auch Jugendliche und junge Erwachsene häufig aufhalten – also bei Instagram, TikTok, YouTube oder in der Gaming-Szene. Egal, ob Jugendliche nun gezielt nach Inhalten mit einem antidemokratischen und menschenfeindlichen Bezug suchen oder nur zufällig darauf stoßen: Die Digitalisierung unserer Lebenswelt hat diesbezüglich zu einem enormen Abbau von Zugangsschwellen geführt. Zudem begünstigt es die stark individualisierte Endgerätenutzung, dass sich für junge Menschen Berührungspunkte mit demokratie- und menschenfeindlichen Gruppen- und

Kommunikationskontexten häufig unbemerkt vom außerdigitalen sozialen Umfeld, wie zum Beispiel Eltern oder Geschwistern, ergeben.

Junge Menschen kommen im Netz auf vielfältige Weise mit Inhalten in Berührung, die antidemokratische oder menschenfeindliche Botschaften transportieren.

Unabhängig von Art und Zweck ihrer Nutzung digitaler Dienste, kommen Jugendliche im Netz mit problematischen Inhalten in Berührung. Die JIM-Studie 2023 zeigt, dass ein Teil der Heranwachsenden allein im Vormonat zur Befragung im Internet mit Fake News (58 %), Verschwörungsmäthen (40 %) und „extremen politischen Ansichten“ (42 %) konfrontiert wurde, Hassbotschaften las (39 %) oder selbst Ziel persönlcher Anfeindungen geworden ist (14 %). Lediglich ein Viertel (27 %) gab an, davon nicht betroffen gewesen zu sein.⁷ Dabei finden sich problematische Inhalte dieser Art keineswegs nur in den Nischen des Internets. Beiläufig begegnen sie Jugendlichen etwa in Form von Posts und Kommentaren in sozialen Netzwerken. Aber auch über Suchmaschinenanfragen, in Chatgruppen von Online-Spielen oder durch Nutzer*innenkommentare

Infobox

Wie junge Menschen digitale Medien nutzen

In Deutschland verbringt die Mehrheit der Heranwachsenden täglich einen großen Teil ihrer Freizeit mit digitalen Medien. Menschen im Alter zwischen zwölf und 19 Jahren hielten sich 2023 durchschnittlich 224 Minuten pro Tag mit Aktivitäten im Internet auf.³ In der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen schaut fast jede*r täglich Online-Videos, liest Online-Texte und streamt Audioangebote (97 %). Über die Hälfte (62 %) chattet jeden Tag, ein etwas geringerer Anteil (39 %) liked, teilt oder postet täglich Inhalte.⁴ Wegen ihrer Unmittelbarkeit und scheinbaren Authentizität, auch wegen der vielen Ausdruck- und Gestaltungsmöglichkeiten, die sich dadurch eröffnen, ist die Bildkommunikation in Form von Emojis, Fotos und Videos für Heranwachsende besonders attraktiv.⁵ WhatsApp, Instagram, TikTok und YouTube sind bei ihnen die beliebtesten Apps.⁶

auf den Webseiten etablierter Medien werden sie damit konfrontiert.⁸

Andererseits versuchen Akteur*innen aus dem demokratie- und menschenfeindlichen Spektrum im Internet eine junge Zielgruppe ganz gezielt zu erreichen. Eine gängige Strategie ist es dabei, popkulturelle Elemente aufzugreifen und dadurch Anknüpfungspunkte an jugendliche Lebenswelten und Entwicklungsphasen herzustellen.⁹ Beispielsweise werden antiemanzipatorische Haltungen sehr jugendaffin als Gesellschaftskritik inszeniert, um dadurch den Anschluss an jugendtypische Protesthaltungen und Ungerechtigkeitsempfindungen zu finden.¹⁰ Soziale Netzwerke mit Fokus auf Foto- und Video-Sharing, wie zum Beispiel Instagram, TikTok oder YouTube, erweisen sich dabei als besonders geeignet, um demokratiefeindliche Inhalte in juvenile Habitus- und Stildiskurse hineinzutragen. Die Gaming-Szene, deren Communitys sich bei Steam, Twitch, Discord oder auf selbstorganisierten Message-Boards in zumeist unmoderierten Chats treffen, bieten weitaus niedrigschwelligere Gelegenheiten, um in Austausch über solche vermeintlich „gesellschaftskritischen“ Standpunkte zu treten.

Zwar hat sich die Sensibilität für diese Problematik in den vergangenen Jahren sowohl im öffentlichen Diskurs, als auch im Bildungswesen und der Politik deutlich erhöht – was auf vielen Plattformen auch zu einem Wandel in der Löschraktik beigetragen hat. Nur führte es paradoxerweise ebenfalls dazu, dass demokratiefeindliche Akteur*innen ihre Inhalte auf noch subtilere Weise kommunizieren und verbreiten. Auch haben Messenger-Apps wie Telegram oder Discord dadurch an Bedeutung gewonnen.

Telegram, eine Messenger-Alternative zu WhatsApp, hat bei der jungen Zielgruppe zwar einen eher geringen Stellenwert. Aber dennoch nutzt ein geringer Anteil (8 %) regelmäßig auch diesen Dienst, der wegen seines nachlässigen Umgangs mit Hassbotschaften, Falschnachrichten und Verschwörungsmäthen stark kritisiert wird. Mehrheitlich dient der Messenger den jungen Nutzer*innen dabei der Kommunikation mit Freund*innen und Familie. Viele kommunizieren dort aber auch in Gruppen zu speziellen Themen (51 %) oder informieren sich über das aktuelle Tagesgeschehen (32 %).¹¹ Bei einer Umfrage der „Vodafone Stiftung“ gab wiederum ein Drittel der befragten Heranwachsenden an, Falschnachrichten nicht immer von begründeten Informationen unterscheiden zu können.¹² Überdies gilt Telegram der extremen Rechten als „sicherer

Hafen“, seitdem **Deplatforming**-Maßnahmen auf anderen Social-Media-Plattformen die Verbreitung von Inhalten und den Aufbau einer Community für sie erschweren.¹³ Aus demselben Grund hat sich der Messenger-Dienst auch für demokratiefeindliche islamistische Gruppen zu einem wichtigen Verbreitungsweg für dschihadistische Inhalte entwickelt.¹⁴ Gerade für die Zielgruppe der Heranwachsenden werden dort jugendnahe tagesaktuelle Themen mit ideologischen Versatzstücken verwoben.¹⁵

Junge Nutzer*innen tragen mitunter – absichtlich oder unabsichtlich – selbst zur Verbreitung diskriminierender Inhalte und „extremistischer“ Botschaften bei.

In der Regel werden Heranwachsende eher als Zielgruppe oder Konsument*innen von „extremistischen“ Online-Inhalten und Strategien wahrgenommen. Insbesondere in den Sozialen Medien ist aber ein Wechsel in aktive Rollen ohne größeren Aufwand möglich. Es ist bislang jedoch nur wenig darüber bekannt, in welchem Ausmaß und unter welchen Umständen sich Jugendliche und junge Erwachsene im Internet ganz gezielt an der Verbreitung antidemokratischer und menschenfeindlicher Ideologien beteiligen. Unbestritten ist aber, dass Heranwachsende in Sozialen Medien Hassbotschaften, beispielsweise, nicht nur lesen, sondern auch selbst Hassreden verfassen, wenn auch in einem geringeren Umfang. In einer 2021 durchgeführten Studie mit Schüler*innen aus Berlin und Brandenburg im Alter von 13 bis 15 Jahren geben zum Beispiel knapp 13 Prozent an, selbst schon einmal Hate Speech im digitalen Kontext aktiv verbreitet zu haben.¹⁶

Trotz der relativ geringen Prävalenz bei willentlich und aktiv betriebener Hassrede ist zusätzlich davon auszugehen, dass Heranwachsende häufig unabsichtlich durch Liken und Teilen zur Verbreitung antidemokratischer und menschenfeindlicher Inhalte beitragen – einfach, weil sie deren Hintergründe und Botschaften nicht in Gänze durchblicken. Denn oftmals sind Inhalte mit problematischem ideologischen Gehalt durch zeitgemäße Ästhetik, Humor, Ironie oder Satire sowie durch Referenzen auf Cartoons, Computerspiele oder Hollywoodfilme optisch und verbal getarnt.¹⁷

Bei der absichtlichen oder unabsichtlichen Verbreitung von Online-Propaganda handelt es sich, gemäß den empirischen Befunden, keineswegs um ein Massenphänomen. Doch diejenigen jungen

Deplatforming beschreibt die systematische Sperrung oder Löschung von Accounts auf Social-Media-Plattformen. Es wird von Plattformbetreibern zum Beispiel bei Hassrede eingesetzt, um Verstöße gegen die Richtlinien zu sanktionieren und Personen oder Gruppen die Reichweite zu entziehen.

Menschen, die sich aktiv an der Medienarbeit antidemokratischer oder menschenfeindlicher Kräfte beteiligen, tun dies in vielfältigen Rollen: Junge salafistische Aktivist*innen diskutieren beispielsweise bei Discord vor Publikum, aufgelockert durch Online-Gaming-Elemente, über Theologie. Andere beraten Gleichaltrige in kurzen TikTok-Videos mit einer vermeintlich einzig wahren islamischen Haltung zu Alltagsfragen in einem westlich geprägten Umfeld.¹⁸ Oder sie treten als rechtsextreme Influencer*innen auf, die bei Instagram Stories über die Kraft der Natur und patriarchale Weltbilder teilen.¹⁹

Digitale Medien können in einem Radikalisierungsprozess verschiedene verstärkende Funktionen einnehmen.

In diesem Zusammenhang wird immer wieder auch die Frage aufgeworfen, welche Rolle digitale Medien bei der Radikalisierung junger Menschen spielen. Anhand der bisherigen Befundlage lassen sich hierzu wenigstens allgemeine Aussagen treffen. Die vielleicht wichtigste ist, dass die Nutzung digitaler Medien und – in diesem Zusammenhang – Berührung mit demokratie- und menschenfeindlichen Inhalten niemals die alleinigen auslösenden Faktoren in einem Radikalisierungsprozess sind.²⁰ Ebenso wenig entscheidet das Weltbild allein. Aufgrund aktueller Studien ist zwar davon auszugehen, dass zum Beispiel rund 8,4 bis 10,4 Prozent aller in Deutschland lebenden 16- bis 21-Jährigen für rechtsextremes Gedankengut offen sind.²¹ Ob es aber tatsächlich zur weiteren Radikalisierung im Sinne einer Progression kommt, in deren Verlauf sich also das Denken, Fühlen und Handeln von Personen oder Gruppen verändern, bis es zu einer immer stärkeren Dämonisierung anderer Menschen und schließlich der Legitimierung von Gewalt kommt – das hängt im Prozess von noch weiteren Push- und Pull-Faktoren ab. Gleichwohl bietet das

Internet mit seinen besonderen Gelegenheitsstrukturen, den Potenzialen zur Vergemeinschaftung und dynamischen Interaktionsoptionen aber auch zahlreiche Katalysatorfunktionen. Für vulnerable junge Menschen mit existenziellen Ängsten, auf der Suche nach Sinn, dem Bedürfnis nach einfachen Antworten und Hierarchien sowie dem Wunsch nach Selbstwirksamkeit kann das ein besonderes Risiko darstellen.²² Im Extremfall können Gruppen- und Kommunikationskontexte, die ihnen das Internet bietet, sogar ein fehlendes oder dysfunktionales Umfeld ersetzen.²³

Doch ganz unabhängig von der genauen Rolle der digitalen Medien bei der Radikalisierung von Individuen: Für die Praktiker*innen im Feld ist es zunächst wichtig, die Motive und Bedürfnisse zu verstehen, die bei einer Person hinter ihrer Empfänglichkeit für antidemokratische und menschenfeindliche Inhalte liegen – und wie sich diese für sie im digitalen Raum am besten befriedigen lassen. Hieraus ergeben sich auch Anknüpfungspunkte für den Zugang zu diesen jungen Menschen und für die Gestaltung von Maßnahmen im Rahmen von Modellprojekten, die auf den folgenden Seiten im Vordergrund stehen werden.

Tipps zum Weiterlesen

- JIM-Studie zum Medien- und Informationsverhalten der Zwölf- bis 19-Jährigen (mps | Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest; jährlich).
- Report zu Telegram und Rechtsextremismus (CeMAS | Center für Monitoring, Analyse und Strategie; 2023).
- Handreichung zu TikTok und Desinformation (Amadeu Antonio Stiftung; 2023).
- Publikation zu Verschwörungsglauben in der Jugendphase (Amadeu Antonio Stiftung; 2023).
- Impulspapier zur islamistischen Aneignung digitaler Spielkultur (KNIX | Kompetenznetzwerk „Islamistischer Extremismus“; 2024).



3 Digitale Medien in der Radikalisierungsprävention

Die breite Nutzung virtueller Dienste durch verschiedenste Personenkreise schafft immer mehr Anlässe für Interventionen. Gleichzeitig hat es Einfluss darauf, wie erforderliche Interventionen im Kontext der Sozialen Arbeit oder politischen Bildung auszu-sehen haben.²⁴ So werden beispielsweise traditionelle Beratungsformate um Elemente der Online-Beratung erweitert und die aufsuchende Jugendarbeit formiert sich im Netz zu Digital Streetwork. Zwar ähneln sich die analogen Formate und ihre digitalen Entsprechungen in ihren Grundsätzen. Doch werden bei digitalen Formaten auch Anpassungen an die Rahmenbedingungen der Online-Dienste erforderlich und es bedarf neuer Lösungen bei der technischen Ausgestaltung. Dabei geraten zuweilen die Fachstandards der Praktiker*innen mit den Normen des jeweiligen Dienstes in Konflikt. An vielen Stellen muss dieser Umstand hingenommen werden, will man bestimmte Zielgruppen und Zielstellungen überhaupt erreichen. Gleichwohl betrifft das auch daten- und persönlichkeitschutzrechtliche Punkte, die im Bereich der pädagogischen

„Extremismusprävention“ besonders sensibel sind. Im Folgenden werden die wichtigsten grundlegenden Aspekte reflektiert.

3.1 Rahmenbedingungen professionellen Handelns im digitalen Raum²⁵

Zeitliche und räumliche Entgrenzung

Im Internet werden die Grenzen zwischen einstmals getrennten Sphären, wie zum Beispiel zwischen Arbeit und Freizeit, schnell durchlässig. Smartphones und der mobile Internetzugang ermöglichen eine zeitlich und räumlich weitgehend uneingeschränkte Nutzung digitaler Medien für private und dienstliche Zwecke. Arbeitszeiten können sich auf den Abend oder das Wochenende verlagern, da Jugendliche dann vermehrt Zeit online verbringen. Schon aus Gründen der professionellen Selbstsorge bedarf es daher einer Neudefinition des Arbeitsplatzes und der Arbeits-

zeit. Umgekehrt erleichtert der Umfang der online verbrachten Zeit und die Preisgabe von persönlichen Informationen es den Fachkräften, Zugang zu den „persönlichen Öffentlichkeiten“ ihrer jungen Zielgruppe zu erhalten. Individuell eingefärbte Öffentlichkeiten entstehen in den Sozialen Medien dort, wo Nutzende Informationen von persönlicher Relevanz für einen erweiterten sozialen Kreis an Personen durch Teilen, Liken oder Posten zugänglich machen und damit Resonanz, Austausch oder ähnliches anstoßen möchten.²⁶ Diese Nutzungspraktiken sind bei jungen Menschen meist bedarfs- und szenorientiert und eng mit ihren Lebenswelten und Sozialräumen verknüpft.²⁷ Daher können Fachkräfte hier an Informationen gelangen, von denen sie außerhalb des digitalen Raums entweder gar nicht oder erst nach längerer Zeit erfahren hätten.²⁸ Gerade für das Feld der Radikalisierungsprävention ist das eine große Chance. Doch gilt es vor dem Hintergrund des Freiwilligkeitsgebots auch ethisch begründet zu begrenzen, wie weit eine Fachkraft in die digitalen Räume (potenzieller) Zielgruppen vordringen sollte.²⁹

Datenschutz

Grundsätzlich sind Fachkräfte ihrer Zielgruppe gegenüber zur Verschwiegenheit und zum Schutz ihrer Daten verpflichtet. Das stellt ein Dilemma dar, wenn sie ihre Angebote über kommerzielle Soziale Medien zugänglich machen, da die Datenhoheit über ggf. vertrauliche Inhalte der Interaktionen zwischen Adressat*in und Fachkraft nicht bei ihnen, sondern dem Plattformbetreiber liegt.³⁰ Hier ermöglichen eigens für solche Zwecke programmierte Lösungen, wie sie im Feld der Online-Beratung verbreitet sind, mehr Datensicherheit. Gleichzeitig ist es jedoch so, dass sich die Adressat*innen mit Problemlagen und Fragen vergleichsweise selten an professionelle Onlineberatungs-, Hilfs- und Unterstützungsangebote wenden, sondern auf die von ihnen bevorzugten digitalen Plattformen und Communitys zurückgreifen. Für die digitale Radikalisierungsprävention bleibt das Dilemma also weiterhin bestehen, weil die Fachkräfte in diesem Feld nicht ohne Weiteres auf kommerzielle Anbieter verzichten können. Denn sie müssen dort präsent sein, wo demokratie- und menschenfeindliche Akteur*innen mobilisieren oder sich Anzeichen der Radikalisierung von Jugendlichen und jungen Menschen zeigen können. Diese Orte sind unter anderem die digitalen Plattformen großer Technologieunternehmen.

Infobox

Beispiele für Angebote der Online-Beratung

- Wegweiser NRW. Chat-Beratung im Kontext „islamistischer Extremismus“ für gefährdete junge Menschen und ihr soziales Umfeld.
- Frag ZEBRA. Chat-Beratung im Kontext digitale Medien und Gefahren, unter anderem auch zu „Extremismus und Radikalisierung“ im Netz.
- SupportCompass. Messenger-App für die Beratung Betroffener und Zeugen von rechter, rassistischer oder antisemitischer Gewalt oder Diskriminierung und deren soziales Umfeld.



Kommunikation und Reichweite

Gerade für Heranwachsende ist die mobile Nutzung digitaler Medien häufig mit einem deutlichen Autonomiegewinn verbunden, da die elterliche Kontrolle im Gegensatz zu stationären Geräten wie dem Fernseher oder Computer beschränkt ist.³¹ Jugendliche können sich in einem digitalen Umfeld in der Regel relativ freizügig bewegen und dort „selbst entscheiden, wem sie was in welchem Kanal mit welchem Effekt sagen“ möchten und wem sie sich zuwenden.³² Pädagogische und präventive Maßnahmen konkurrieren im digitalen Raum demnach mit zahlreichen anderen Kommunikationsangeboten. Unter dieser Bedingung müssen sie es vermeiden, einfach „weggeklickt“ zu werden. Das erhöht den Druck, selbst attraktive kommunikative Angebote zu kreieren. Es nötigt Fachkräfte aus den Bereichen der Sozialen Arbeit und politischen Bildung aber auch zur Professionalisierung in eigentlich fachfremden Gebieten, wie zum Beispiel Social-Media-Marketing, Suchmaschinenoptimierung, Einbezug von Influencer*innen und Zusammenarbeit mit Medienunternehmen. Denn einerseits müssen die Inhalte von Maßnahmen im Bereich der digitalen Radikalisierungsprävention eine entsprechende Reichweite erzielen, um überhaupt wahrgenommen zu werden. Andererseits hängt die Akzeptanz durch die Adressat*innen im digitalen Raum eben auch von einer der digitalen Nutzungskultur adäquaten Ansprache ab. Zugleich wird die zunehmende Präsenz von Fachkräften in

bis dahin noch nicht pädagogisierten Bereichen von Heranwachsenden möglicherweise als Einschränkung ihrer Handlungsautonomie wahrgenommen.

Mit dem deutlichen Zuwachs an digitalen Projekten und Maßnahmen in den vergangenen Jahren, haben sich Fachdebatten intensiviert und Qualitätsstandards entwickelt, die zur Handlungssicherheit beim Umgang mit den genannten Rahmenbedingungen beitragen. Auch im Handlungsfeld „Extremismusprävention“ des Bundesprogramms „Demokratie leben!“ entwickeln, adaptieren und erproben Fachkräfte im Rahmen von Modellprojekten Maßnahmen für den Zugang zu und die Arbeit mit gefährdeten Jugendlichen und jungen Erwachsenen mittels digitaler Medien. Ihre Erfahrungen werden im folgenden Kapitel beleuchtet.

3.2 Digitale Medien im Handlungsfeld „Extremismusprävention“ des Bundesprogramms „Demokratie leben!“

Die im folgenden Abschnitt dargestellten Erkenntnisse basieren auf Daten, die im Zeitraum 2020 bis 2022 durch die wissenschaftliche Begleitung der vom Bundesprogramm „Demokratie leben!“ geförderten Modellprojekte im Handlungsfeld „Extremismusprävention“ am ISS e. V. erhoben wurden. Datenquellen sind die jährlich stattfindende quantitative Befragung der Modellprojekte (Monitoring) sowie qualitative Interviews mit den Projektmitarbeitenden. In 28 von insgesamt 35 Modellprojekten stellen Jugendliche und junge Erwachsene die Zielgruppen der Modellprojekte dar.³³ Es handelt sich dabei um junge Menschen mit einem allgemeinen Grundrisiko für Radikalisierungsprozesse, das sie etwa aufgrund ihrer sozialen Lage tragen (universelle Prävention). Heranwachsende, bei denen bereits deutliche individuelle und/oder sozialräumliche Risikofaktoren vorliegen (selektive Prävention), weil zum Beispiel rechtsextreme Gruppierungen in ihrer Region besonders stark vertreten sind, gehören ebenfalls zur Zielgruppe der Modellprojekte. Direkte Präventionsmaßnahmen richten sich aber auch an solche Heranwachsenden, in deren Verhalten selbst schon erste Problemausprägungen sichtbar sind (indizierte Prävention) oder bei denen sich das Problem einer Radikalisierung bereits manifestiert hat (Intervention/

Reaktion).³⁴ Da, wie für fast alle Heranwachsenden, auch für die Zielgruppe direkter Präventionsmaßnahmen der digitale Raum ein lebensweltlicher Bezugspunkt mit einer – zum Teil sogar überdurchschnittlich – großen Relevanz ist, setzen auch die Fachkräfte in den Modellprojekten (Teile) ihre(r) zielgruppenbezogenen Aufgaben mittels digitaler Medien um oder beziehen diese in ihr Handeln ein.

Einsatzformen digitaler Medien

Die Nutzung digitaler Medien für die interne sowie externe Kommunikation ist in allen Teams der Modellprojekte im Handlungsfeld „Extremismusprävention“ etabliert. Ein durchmisches Bild ergibt sich bezüglich der Nutzung digitaler Medien im unmittelbaren Kontakt zu der jugendlichen Zielgruppe: Die Mehrheit (19 von 28 Modellprojekten) setzt digitale Medien für die Zielgruppenansprache ein, also um Heranwachsende für ihr Angebot zu gewinnen, während immerhin in knapp der Hälfte der Modellprojekte (13 von 28) digitale Medien auch für die Arbeit mit den Jugendlichen und jungen Erwachsenen genutzt werden. Acht Projekte stellen zudem digitale Anwendungen (z. B. Apps) für die jugendliche Zielgruppe bereit.

Zielgruppenansprache

Die Möglichkeiten, die online für die Zielgruppenansprache zur Verfügung stehen, werden von den Projektteams unterschiedlich stark ausgeschöpft. Einige posten beispielsweise mit hoher Frequenz Inhalte auf ihren Social-Media-Accounts, nutzen gezielt Hashtags, schalten Werbung, hinterlassen Beiträge oder Links zu ihrem Angebot in relevanten Online-Communitys und Messenger-Kanälen oder arbeiten mit Influencer*innen zusammen. Andere setzen ihre Webseiten und Social-Media-Accounts eher passiv als ergänzende Kontaktmöglichkeiten und Informationsangebote ein. Vor dem Hintergrund dieses Maßnahmenpektrums erreichen die Fachkräfte in den Modellprojekten ihre Zielgruppe im digitalen Raum entweder unmittelbar – hier sowohl aufsuchend (indem sie Personen direkt anschreiben; „Gehstruktur“) als auch abwartend (indem sie mit Beiträgen in von der Zielgruppe frequentierten digitalen Sozialräumen zur selbstständigen Kontaktaufnahme motivieren; „Kommstruktur“) – oder vermittelt über das soziale Online-Umfeld (z. B. durch Influencer*innen, in deren digitalen Netzwerk sich die Zielgruppe bewegt). Insgesamt dominiert im Handlungsfeld „Extremismusprävention“ bei der

digitalen Zielgruppenansprache der abwartende Ansatz, der sich gegenüber der direkten Ansprache von Nutzer*innen bisher als erfolgreicher erwiesen hat³⁵ (vgl. hierzu vertiefend die Einblicke in die Praxis des Modellprojekts PRISMA).

Herausforderungen

Professionelles Handeln mit radikalierungspräventiver Ausrichtung an die Rahmenbedingungen digitaler Medien anzupassen oder daran neu auszurichten, ist herausfordernd. Zusätzlich zu den klassischen präventiv-pädagogischen Tätigkeiten mit Adressat*innenbezug, wie das Bilden, Beraten, Begleiten und Betreuen erfordert der digitale Raum die Bewältigung fachlicher Aufgaben rund um die Konzeption, Gestaltung, Verbreitung von digitalen Inhalten. Das umfasst auch die Programmierung und den Betrieb von Plattformen, Tools und Anwendungen (technische Aufgaben) sowie Aufbau und Pflege der Kontakte zu den Jugendlichen und jungen Erwachsenen und deren adäquate Ansprache (strategische Aufgaben). Dementsprechend identifizieren die Projektmitarbeitenden im Handlungsfeld „Extremismusprävention“ verschiedene Herausforderungen.

Am meisten betrifft das die Beziehungs- und Vertrauensarbeit, die von der großen Mehrheit der Fachkräfte in digitalen Settings als erschwert beurteilt wird (24 von 28). Insbesondere für die Ausstiegs- und Distanzierungsarbeit betonen die Projektmitarbeitenden die Wichtigkeit einer belastbaren, langfristigen Arbeitsbeziehung bei einem gleichzeitig größeren Risiko des Kontaktabbruchs in der rein digitalen Arbeit. Ein niedrighschwelliger Zugang zur Zielgruppe steht hier der geringeren Verbindlichkeit des Onlinekontakts gegenüber. Die meisten Fachkräfte rechnen zudem mit einer geringeren Teilnahmemotivation bei der Zielgruppe (22 von 28) und erschwerten Bedingungen für soziale Gruppenarbeit (20 von 28). Dabei scheint die Erreichbarkeit von der jeweiligen Zielgruppe abzuhängen: Neben der Erwartung sich durch digitale Ansätze neue Zielgruppen zu erschließen, steht bei immerhin knapp über der Hälfte der Projektmitarbeitenden (15 von 28) auch die Befürchtung, einige Zielgruppen überhaupt nicht mehr zu erreichen, wenn diese beispielsweise nur eingeschränkten Zugang zu elektronischen Endgeräten haben oder der Einstieg in die pädagogische Arbeit bei ihnen eine besonders intensive Beziehungsarbeit voraussetzt.

Um einen konstruktiven Umgang mit diesen Herausforderungen zu finden, setzen die Mitarbeiter*innen mehrerer Projekte auf eine Verbindung der

jeweiligen Vorteile von Online- und Offlinearbeit. Sie kooperieren mit Fachkräften und Multiplikator*innen, die vor Ort bereits mit der Zielgruppe in Kontakt stehen und in den pädagogischen Prozess eingebunden werden. Je nach Projektformat kann dies in verschiedener Weise geschehen. So zum Beispiel durch Vorgespräche zur Bedarfserhebung vor Beginn einer Maßnahme. Oder durch die Schulung von Multiplikator*innen in der Anwendung der im Rahmen eines Modellprojekts bereitgestellten Online-Inhalte oder Plattformen. Es kann aber auch durch gemeinsame hybride Angebote oder einen regelmäßigen Austausch sowie durch die Beratung von Fachkräften geschehen, die unmittelbar vor Ort mit den online erreichten Jugendlichen in Kontakt stehen. Sie werden zum Beispiel darin geschult, wie sie ergänzend zum Onlineangebot in Bezug auf die Zielgruppe bestärkend aktiv werden können.

Chancen

Trotz der genannten Herausforderungen zeigen die Erfahrungen der Fachkräfte in den Modellprojekten des Handlungsfelds „Extremismusprävention“, dass sich die Erweiterung ihres Tätigkeitsfeldes auf digitale Medien für sie lohnt: So gibt der Großteil der in den digital ausgerichteten Modellprojekten tätigen Mitarbeiter*innen an, dass sich die digitalen Ansätze bei Projektaktivitäten mit Jugendlichen bewähren. Insbesondere auch jene Projektteams, die sich der ressourcenintensiven Bereitstellung von digitalen Anwendungen wie Lernplattformen oder Games widmen, oder digitale Inhalte wie Podcasts und **Memes** verbreiten, bewerten die damit verbundenen Erfahrungen positiv. Chancen digitaler Formate werden dabei vor allem in der räumlichen Flexibilität (24 von 28), den Möglichkeiten zu Zeit- und Kostenersparnis (22 von 28) sowie einer vereinfachten Vernetzung (22 von 28) erkannt. Der Großteil der Projektmitarbeitenden sieht die Nutzung digitaler Medien außerdem als Möglichkeit, einen niedrighschwelligen Zugang zu Projektangeboten zu schaffen (20 von 28) und neue Zielgruppen zu erreichen (18 von 28).

Ein **Meme** ist ein Bild, Gif oder kurzes Video, das mit Text oder Schlagwörtern versehen, eine humoristische, satirische oder gesellschaftskritische Botschaft transportieren soll und vorwiegend digital verbreitet wird.

3.3 Einblick in die Praxis: Maßnahmen der Modellprojekte

So vielfältig die in den Themenfeldern „Rechtsextremismus“, „Islamistischer Extremismus“, „Linker Extremismus“ und „Phänomenübergreifende Prävention“ bearbeiteten Inhalte und Zielgruppen sind, so ausdifferenziert sind auch die Nutzungsformen digitaler Medien. Online-Medien werden als didaktische Mittel (z. B. Einsatz von Apps in Workshops) und gestaltbares Material (z. B. Videos, Memes) genutzt. Sie dienen als Erfahrungsraum (z. B. zur Erprobung neuer Verhaltensweisen im interaktiven Rollenspiel) und Lernumgebung (z. B. in Form von Webinaren). Oder sie werden für Zielgruppenzugang (z. B. beim Digital Streetwork) sowie als Anlaufstruktur und Beziehungskatalysator eingesetzt. Aber sie fungieren auch als Vernetzungs- und Diskussionsräume sowie als Distributionskanäle für sensibilisierende Botschaften und Gegennarrative. Dabei kommen sowohl eigens für den jeweiligen Zweck programmierte Software als auch Anwendungen kommerzieller Social-Media-Anbieter (z. B. Instagram, YouTube, TikTok, Telegram) zum Einsatz. Bezogen auf die pädagogischen Prozesse variieren hier die Formen. Es gibt ebenso punktuelle Verschränkungen von Online- und Offline-Setting wie es auch zur gänzlichen Verlagerung der Angebote in den digitalen Raum kommen kann. Um diese Vielfältigkeit und Heterogenität der Ansätze und Konzepte anschaulicher zu machen, werden im Folgenden exemplarisch drei digitalmedienbasierte Ansätze aus der Modellprojektpraxis der Themenfelder „Rechtsextremismus“ und „Phänomenübergreifender Prävention“ vorgestellt. Dabei handelt es sich um

- **Digital Streetwork** im Kontext der Neuen Rechten (Kapitel 3.3.1)
- **Online-Trainings** für rechtsextrem einstieggefährdete Jugendliche (Kapitel 3.3.2) sowie ein
- **Serious Game** für die phänomenübergreifende Präventionsarbeit in Schule und Jugendarbeit (Kapitel 3.3.3).

3.3.1 PRISMA – Digital Streetwork im Kontext der Neuen Rechten

Das Modellprojekt „Prisma – Digital Streetwork im Kontext der Neuen Rechten“ ist in der selektiven Präventionsarbeit im Bereich der „Neuen Rechten“ verortet und nutzt dabei einen lebensweltnahen Zugang über digitale Medien. Neben der webbasierten Lernanwendung „Wo ist Romi“ (www.wo-ist-romi.de), mit der Nutzer*innen für Anwerbestrategien der Szene sensibilisiert werden sollen und dabei Tipps zur Unterstützung von Distanzierungsprozessen erhalten, erprobte das Team des Modellprojekts zwischen 2020 und 2021 vor allem Ansätze des Digital Streetworks.

Dabei hat das Team Schwierigkeiten aufgegriffen, die schon aus der im Digital Streetwork gängigen non-contentbasierten Ansprache bekannt waren. Bei diesem Zugang werden Nutzer*innen, die problematische Inhalte posten, direkt angeschrieben, um Kontakt zu ihnen herzustellen. Es handelt sich dabei nicht nur um eine ressourcenaufwendige Form der Ansprache. Außerdem kann sie auf die angeschriebene Person überwältigend wirken und die Bereitschaft für einen Reflexionsprozess mindern.

„Das ist ja wie, wenn du durch die Innenstadt gehst und ich dir irgendwie auf den Rücken tippe und sage: Sorry, du hast dir gerade die Bildzeitung gekauft, lass uns mal ins Gespräch kommen, finden wir ganz merkwürdig. Und wir gehen davon aus, dass wir [...] erst mal einen Anlass schaffen, mit den Leuten ins Gespräch zu kommen. [...] Und dann hat man eine Ebene, wo die Leute freiwillig ein Kommentar hinterlassen, pöbeln, was auch immer. Und dann kann man loslegen.“

Fachkraft des Modellprojekts PRISMA

Die Projektmitarbeiter*innen beschlossen daher, den Erstkontakt zur Zielgruppe contentbasiert über eine one-to-many Kommunikation anzuregen. In einer intensiven Konzeptionsphase wurden zunächst mediale Inhalte geplant und gemeinsam mit externen Kooperationspartner*innen produziert, der zum Projekt gehörige YouTube-Kanal wurde auf verschiedenen Plattformen beworben. Dabei zielten die Projektposts auf das intellektuelle Selbstverständnis der „Neuen Rechten“ ab: Die Inhalte bewegten sich

Digital Streetwork

„Digital Streetwork“ ist eine Form der mobilen Jugendarbeit, bei der Fachkräfte und Adressat*innen in informellen Kommunikationskontexten im digitalen Raum aufeinandertreffen, wo auch die daran anknüpfenden Interaktionen und Interventionen stattfinden. Seit den ersten Experimenten mit virtuell-aufsuchenden Elementen in der mobilen Jugendarbeit in den Nullerjahren, hat sich – ausgehend von unterschiedlichen Projekten mit Fokus auf Digital Streetwork³⁶ – inzwischen eine breitere Fachdebatte entwickelt, die unter anderem in der Formulierung von Qualitätsstandards mündete.³⁷ Sie umfassen Anforderungen im Hinblick auf den Organisationsrahmen, das Fachpersonal und dessen Entwicklung, den fachlichen Rahmen, die Arbeitsorganisation, Vernetzung und Zusammenarbeit sowie die technische und finanzielle Ausstattung, die ein qualitativ hochwertiges Arbeiten mit dem Ansatz des Digital Streetworks ermöglichen.³⁸

Grundlegend lässt sich das im Bereich der Radikalisierungsprävention gängige Digital Streetwork in contentbasierte und non-contentbasierte Formate unterteilen.³⁹ Beim contentbasierten Digital Streetwork – wie im vorliegenden Praxisbeispiel angewendet – sorgen die Fachkräfte zunächst für möglichst ideale Bedingungen, um von den Menschen aus der Zielgruppe wahrgenommen und von ihnen angesprochen zu werden. Hierzu verbreiten sie zum Beispiel Videos, Bilder oder Texte mit einer geschickten Betitelung, die sie auf der eigenen Webpräsenz und den relevanten Social-Media-Plattformen platzieren und mit einer auf die Interessen ihrer Zielgruppe zugeschnittenen Ansprache ver-

sehen.⁴⁰ Szenerelevante Hashtags können dazu beitragen, dass Inhalte auch in abgeschirmten Communitys auftauchen und dortige Nutzer*innen darauf reagieren und in Interaktion mit den Online-Streetworker*innen treten.⁴¹ Beim non-contentbasierten Digital Streetwork sprechen die Fachkräfte die Jugendlichen und jungen Erwachsenen direkt in sozialen Netzwerken oder in Messenger-Gruppen an, beispielsweise durch Beiträge in Kommentarspalten und Channels (one-to-many)⁴² oder in Einzelchats (one-to-one). Eine weitere Variante ist die indirekte Online-Ansprache, bei der sich Online-Streetworker*innen von einer Schlüsselperson aus dem digitalen Netzwerk der Jugendlichen an die Zielgruppe heranführen lassen. Das kann eine Person sein, die aus der Online-Gruppe der Jugendlichen stammt oder ihnen anderweitig schon bekannt ist⁴³, wie zum Beispiel ein*e (Micro)Influencer*in. Analog dazu können auch Nutzer*innen „Freunde und Freundinnen unter Beiträgen der Online-Streetworker*innen oder auf den Online-Kanälen der Online-Streetwork-Projekte [markieren]. Wesentlich hierfür ist es, [...] eine gewisse Bekanntheit und Präsenz (online unter anderem in Form von Abonnent*innen) in der Zielgruppe zu haben“.⁴⁴ Die Praxis zeigt, dass der Kontakt zu Menschen in der Zielgruppe dann besonders gut gelingt, wenn die angesprochenen Themen sowohl für diese als auch für die Streetworker*innen aktuell, relevant und interessant sind, wenn dabei Humor im Spiel ist, ein zielgruppengerechter und gleichzeitig authentischer Schreibstil genutzt wird und auch persönliche Geschichten erzählt werden.⁴⁵

zwischen Reflexionsangebot und humorvoll umgesetzter Provokation durch Argumente und Inhalte, um Reaktionen der Zielgruppe zu erhalten. Dabei wurden die Posts vom Projektteam transparent moderiert: Die „Netiquette“ wurde unter jedem Post angepinnt und konnte bei Bedarf in die Diskussion eingebracht werden. Während kritische inhaltliche Reaktionen als Diskussionseinstieg genutzt wurden, zog das Team bei Hass-Kommentaren und Anfeindungen die Grenze. Kam so etwas dennoch vor, wurden entsprechende Inhalte verborgen oder gelöscht.

Weil hier die erste Kontaktaufnahme von der Zielgruppe selbst ausgeht, können die Mitarbeitenden sicher sein, dass sie nur Kontakte zu Adressat*innen mit einer grundsätzlichen Gesprächsbereitschaft aufbauen. So werden Teamressourcen geschont, vor-

allem aber auch Standards der aufsuchenden Jugendarbeit auf den digitalen Raum übertragen – wie etwa Freiwilligkeit der Teilnahme oder Aufsuchen der Zielgruppe in ihrem Sozialraum, ohne dort störend einzudringen.



Das Projekt PRISMA - Medienpädagogische Interventionen im Feld der „Neuen Rechten“ steht unter Trägerschaft des CJD Hamburg.
Homepage: www.prisma.online
Kontakt: info@prisma.online

3.3.2 CLICK! – Digitales Training für rechtsextrem gefährdete Jugendliche

Die innerhalb des Modellprojekts CLICK! durchgeführten digitalen Trainings im Bereich der Rechtsextremismusprävention richten sich vor allem an straffällig gewordene Jugendliche und junge Erwachsene, die sich bereits in institutionellen Kontexten (wie etwa Jugendhilfe im Strafverfahren, Bewährungshilfe oder Strafvollzug) befinden. Daneben bietet CLICK! Fachkräfteschulungen und hybride Gruppenangebote an, für die sie bundesweit mit dem Personal aus der Jugend- oder Bewährungshilfe kooperieren. Bei diesen Gruppenangeboten arbeiten die jungen Teilnehmer*innen über mehrere Wochen eigenständig online mit den CLICK!-Trainingsinhalten und kommen in der Nähe ihres Wohnorts zu einer Reihe von Präsenzterminen mit lokalen Fachkräften der Kooperationspartner zusammen, um die Trainingsinhalte zu vertiefen.

Die digitalen Trainings bauen auf zwei Säulen auf: Diese sind erstens Übungsmodule zu unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten, die nach Bedarf flexibel zusammengestellt werden können. Zweitens findet eine pädagogische Begleitung über einen Messenger-Dienst statt, bei der die in den Übungsmodulen behandelten Themen im Austausch mit Projektmitarbeitenden reflektiert und vertieft werden können. Durch eine enge Zusammenarbeit mit Praxispartner*innen vor Ort verbindet CLICK! konsequent die Vorteile von Online- und Offlinearbeit. Zusätzlich zur digitalen Begleitung durch Projektmitarbeitende finden Fallbesprechungen mit lokalen Fachkräften statt, die mit der Zielgruppe vor Ort in Kontakt stehen. In diesem Rahmen können die Trainingsinhalte an die Bedarfe innerhalb der jeweiligen Institution oder des Einzelfalls angepasst werden. So ist es frühzeitig möglich, thematische Schwerpunkte für die pädagogische Begleitung zu setzen und während des Prozesses immer wieder anzupassen. Eine abwechslungsreiche und nicht stigmatisierende Gestaltung der Übungen soll selbst bei einer weisungsgebundenen Teilnahme zur Steigerung der Motivation beitragen.

Die Praxispartner*innen werden im Rahmen des Modellprojekts CLICK! befähigt, die pädagogische Arbeit zu unterstützen. Als lokale Ansprechpartner*innen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen motivieren sie zur intensiveren Teilnahme an

Infobox

Soziale Trainingskurse

Soziale Trainingskurse sind eine seit Jahrzehnten durch das Jugendgerichtsgesetz vorgesehene erzieherische Maßnahme im Zusammenhang mit jugendlicher Straffälligkeit, die unter anderem auf Straftataufarbeitung, Erwerb sozialer Kompetenzen und Veränderung problematischer Verhaltensmuster abzielt. Daran anknüpfend erfolgten mit der Herausbildung einer auf „Rechtsextremismus“ bezogenen Präventionslandschaft „erste Praxisversuche, im Rahmen von Sozialen Gruppen- oder Trainingskursen über ein Anti-Gewalttraining oder AAT (Anti-Aggressivitäts-Training; Anm. der Verf'in) hinaus, verstärkt den rechtsextremen Hintergrund der Tat zu thematisieren“.⁴⁶ Seitdem haben sich unterschiedliche Trainingsformate, „in denen eine intensive direkte pädagogische Auseinandersetzung mit problematischen Haltungen und Verhaltensweisen der Zielgruppe erfolgt“, auch im Feld der Rechtsextremismusprävention etabliert – dort vor allem im Bereich der selektiven und indizierten Prävention.⁴⁷ Im Rahmen ihrer Modellprojekte konnten Praktiker*innen das Format deutlich weiterentwickeln und ihm – wie im vorliegenden Praxisbeispiel – mittels Einbettung in digitale Medien ein zeitgemäßes Gewand geben. Damit können Jugendliche erreicht werden, denen es in einem herkömmlichen Sozialen Trainingskurs – offline und im Gruppensetting – (noch) schwerfällt, sich zu öffnen, wenn es um sensible Themen wie die Tataufarbeitung geht. Auch Jugendlichen, bei denen die beteiligten Fachkräfte davon ausgehen müssen, dass sie die Dynamik in einem Gruppenangebot negativ beeinflussen könnten, bietet ein digitales Angebot im Einzelsetting eine Alternative. Ebenso lassen sich Bedarfe in Regionen decken, die einen Mangel an auf „Rechtsextremismus“ bezogener Jugendarbeit aufweisen. Die Voraussetzungen, um eine möglichst effektive, kontrollierte und datensichere digitale Umgebung für die Intervention zu schaffen, wurden in dem porträtierten Modellprojekt durch eine eigens für das Online-Training programmierte Webanwendung geschaffen. Darin lassen sich auch unterschiedliche, an den jeweiligen pädagogischen Methoden und Zielsetzungen orientierte, spielerische und gestalterische Elemente integrieren. Dazu zählen etwa Videos und Audiobeiträge in wechselnden Umgebungen, Avatare, Rollenspiele, narrative Sequenzen, Schreibübungen oder ein fachlich begleitender Chat.

„Was uns Jugendliche schon rückgemeldet haben, [...] dass sie gesagt haben, es war für mich entlastend, dass ich das erst mal hier hinschreiben konnte. Also gerade auch wenn es um Straftaten ging, es war entlastend, dass ich das erst mal hier dem Computer schreiben konnte, also gar nicht so sehr vielleicht ein Gegenüber schon aktiv imaginierend oder habend, sondern schon erst mal überhaupt irgendwie in diesem digitalen Format etwas loszuwerden, was sie in dem Moment entlastet hat und dann vielleicht sogar noch ein Feedback zu kriegen, was nicht [...] wertend oder irgendwie urteilend ist. Das sind glaube ich schon gute Momente. Und dann kommt es glaube ich schon auch, je nach Konstellation und Verlauf dazu, zu einem ganz spannenden Austausch.“

Fachkraft des Modellprojekts CLICK!

den von CLICK!-Mitarbeiter*innen durchgeführten Trainings und stellen eine Verbindlichkeit her, die in der Onlinearbeit sonst eher schwer zu erzielen ist. In unterstützenden Gesprächen sollen Lerneffekte verstärkt werden. Sie dienen aber auch der Lösung technischer Probleme. Die Verschränkung von Online- und Offlinearbeit einschließlich der Begleitung durch Fachkräfte vor Ort stellt die in diesem Bereich besonders wichtige Beziehungsarbeit auf eine sichere Grundlage und vergrößert dabei zugleich die Möglichkeiten, auf besondere Herausforderungen im Prozess auch besonders flexibel zu reagieren. Eine Zielsetzung ist es daher, über die enge Zusammenarbeit mit lokalen Fachkräften auch zur Verstetigung positiver Beziehungsstrukturen beizutragen. Angestoßene Distanzierungsprozesse sollen mithin auch nach Abschluss des Trainings weiter begleitet und fortgeführt werden.

Ausgehend von den Erkenntnissen aus der Modellprojektpraxis wurden zudem Handlungs- und Qualitätsstandards für die Arbeit mit Online-Trainings im Kontext der Aufarbeitung einer Straffälligkeit und der Prävention von Rechtsextremismus erarbeitet. Für die Einarbeitung von Praxispartner*innen und eigenen Mitarbeitenden stellt CLICK! jeweils eigene Handreichungen zur Verfügung, die entlang von Praxiserfahrungen und Fachdiskursen fortlau-

fend weiterentwickelt werden. Die Handreichungen bereiten auf die Durchführung und Begleitung der Trainings vor und decken dabei alle für die Onlineprävention relevanten Anteile der rechtlichen Rahmenbedingungen, des technischen Know-Hows bis zu pädagogischen Umgangsstrategien bei besonderen Herausforderungen ab.



Das Projekt „CLICK! – Digitale Trainings zur Rechtsextremismusprävention“ steht unter Trägerschaft des Drudel 11 e. V.

Homepage: www.click-online.org

Kontakt: click@drudel11.de

Ein vertiefter Einblick in die Praxis einer hybriden Durchführung von CLICK! aus Sicht der Projektmitarbeiter*innen findet sich im [Blog](#) des Modellprojekts.

3.3.3 „The Game is not over“ – Mobile Game zur Sensibilisierung für Verschwörungsmythen

Das Team des Modellprojekts „The Game is not over“ stellt mit „Hidden Codes“ ein appbasiertes Serious Game zur Verfügung, das Schüler*innen ab 14 Jahren für Radikalisierung und Verschwörungstheorien im Internet sensibilisieren soll und ihnen Handlungsoptionen beim Umgang mit Verschwörungsdarstellungen in ihrer Peergroup vermitteln will. Die Bereitstellung des Spiels geht mit einer verpflichtenden Fortbildung für die Lehrkräfte und Multiplikator*innen einher, die das Spiel im Unterricht oder in ihren Jugendgruppen verwenden möchten. Eine Testversion von „Hidden Codes“ kann auf der Webseite des Mobile Games gespielt oder in den üblichen App-Stores auf das Smartphone heruntergeladen werden (siehe Infobox am Ende des Kapitels). Mit der begleitenden Öffentlichkeitsarbeit informieren die Projektmitarbeitenden auf verschiedenen Kanälen über das Spiel und die Voraussetzungen des Einsatzes im Unterricht.

„Hidden Codes“ besteht aus mehreren Episoden, in denen unterschiedliche thematische Schwerpunkte wie Rechtsextremismus, Islamismus oder

Infobox

Serious Games

Für Bildungszwecke entwickelte Online-Spiele verbinden Bildungsaspekte mit Unterhaltung. Solche „Serious Games“ greifen lebensweltlich relevante Themen ihrer meist jungen Zielgruppen auf. Oder sie wenden sich gesellschaftlich relevante Themen wie beispielsweise Diversity zu und bearbeiten diese auf „spielerische Weise“.⁴⁸ Das soll dazu führen, sich spielerisch mit Lösungswegen für mitunter gesellschaftspolitisch relevanten Problemen zu befassen. Es soll zum Nachdenken anregen und letztlich eine kritisch-distanzierte Haltung der Spielenden zum bearbeiteten Thema fördern.⁴⁹ Kriterien, an denen sich Serious Games messen lassen müssen, sind Spaß und Motivation, dass Lernen gleichsam nebenbei geschieht, ebenso wie die nötige Aneignung von „immer mehr Wissen, um weiter [...] spielen“ zu können.⁵⁰ Beim Spielen steht nicht nur die Auseinandersetzung mit dem Thema im Mittelpunkt. Wenn den Spieler*innen ein guter Einstieg gelingt, sie sich ungezwungen ausprobieren und „gänzlich im Spiel versinken“ können, werden auch komplexe und zuweilen kritische Themen für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen erfahr- und begreifbar.⁵¹ Zudem kann das eigenständige Treffen von Entscheidungen und Ausprobieren unterschiedlicher Wege je nach Zielsetzung des Spiels eine empowernde, sensibilisierende oder produktiv konfrontierende Wirkung haben.⁵²

Rassismus behandelt werden. Grundsätzlich bauen die Episoden inhaltlich aufeinander auf, können aber auch unabhängig voneinander gespielt werden. Durch sein optisch und funktional an eine Social-Media-Umgebung angelehntes Design ist das Spiel nah an der Alltagswelt Jugendlicher. Gleichzeitig vermittelt es auf spielerische Weise Medienkompetenzen, um problematische Inhalte zu erkennen und angemessen darauf zu reagieren. In der ersten Spielepisode ist die spielende Person zum Beispiel zusammen mit fiktiven Mitschüler*innen Teil eines Gruppenchats. Ein Mitschüler postet ein Handybild eines Plakats zum Holocaust-Gedenktag, das an der Schule aushängt und mit rechtsextremen Stickern beklebt wurde. Anhand der Reaktionen der anderen erhält die spielende Person Informationen zum Hintergrund der Symbole. Die fiktive Gruppe diskutiert im Chat außerdem darüber, wie sie auf diesen Vor-

fall reagieren sollte (z. B. mit einer viralen Kampagne Aufmerksamkeit für das Thema generieren, den Fall der Schulleitung melden, mit einem Post auf dem Account der Schülerzeitung Position beziehen). Die spielende Person erfährt so, welche Reaktionen in dieser Situation möglich sind. Sie kann außerdem selbst mit abstimmen, was die Gruppe tun sollte, um auf den Vorfall zu reagieren. Im weiteren Verlauf der ersten Spielepisode bittet ein fiktiver Mitschüler im Einzelchat die spielende Person um Unterstützung. Er hat auf dem Profilbild einer älteren Schülerin gesehen, dass sie sich die Worte „Freiheit & Heimat“ auf den Arm hat tätowieren lassen. Weil der Mitschüler von dieser Schülerin geblockt wurde, kann er die von ihr geposteten Inhalte und die Kommentare ihrer Follower*innen nicht sehen. Er bittet die spielende Person sich das rechtsradikale Plakat nochmal genauer anschauen und dann auf dem Profil der älteren Schülerin zu recherchieren, ob es Hinweise gibt, dass sie das Plakat mit den rechtsextremen Stickern beklebt haben könnte. Bei der Recherche auf dem Profil der Schülerin wird die spielende Person aufgefordert Screenshots von Fotos zu machen, verdächtige Inhalte darin zu markieren und mit ihrem fiktiven Mitschüler zu teilen. Durch seine Reaktionen auf ihre Funde erfährt die spielende Person mehr zum Hintergrund des verdächtigen Inhalts.

Um das Spiel nicht vorrangig für eine eher gymnasiale Zielgruppe zugänglich zu machen, sondern möglichst viele junge Menschen aus unterschiedlichen Schulformen anzusprechen, legt das Projektteam bei der Entwicklung neuer Episoden besonderen Wert auf Multiperspektivität, Barrierefreiheit und Niedrigschwelligkeit. Aktuell entwickeln die Mitarbeiter*innen eine Episode, die durch ein vereinfachtes Spieldesign, seine anpassbare Spieldauer, visuelle Gestaltung und durch Verwendung leichter Sprache auch für den Einsatz an Förderschulen gut geeignet ist. Solche Anpassungen sind das Ergebnis partizipativer Prozesse, in die neben diversen Expert*innen auch Betroffene und Mitglieder der Zielgruppe einbezogen wurden. In einer darauffolgenden Testphase besuchte ein*e Projektmitarbeiter*in entsprechende Schulen, um die Episode dort mit Schüler*innen zu spielen und sich mithilfe eines Fragebogens und in Gesprächen über weitere Verbesserungsmöglichkeiten auszutauschen.

Um die Lerneffekte des Spiels durch eine gute pädagogische Begleitung noch zu vertiefen, erhalten Multiplikator*innen vor dem Einsatz des Serious Games außerdem eine Fortbildung über Zoom sowie

„Was meines Erachtens bei Hidden Codes auch noch mal ein besonderer Schwerpunkt ist, ist, dass die App so aufgebaut ist, dass sie wie eine Social Media Umgebung ist. [...] Wir möchten mit Hidden Codes ihnen eigentlich Medienkompetenzen vermitteln, also einmal mitzugeben okay, wie gehe ich mit Informationen, die ich da bekomme um, und natürlich auch noch mal mit dem Schwerpunkt: Wie gehe ich damit um, wenn Mitschüler*innen von mir sich problematischen Inhalten annehmen und drohen, sich zu radikalisieren? Und da haben wir eben besonders den Ansatz auch gewählt, dass wir zum einen die Betroffenheitsperspektive in den Mittelpunkt stellen. Also das Spiel soll [...] multiperspektivisch sein, sodass wir möglichst viele Mitschüler*innen mitnehmen und sich möglichst viele auch irgendwie repräsentiert fühlen.“

*Fachkraft des Modellprojekts
„The Game is not over“*

eine Handreichung zur Vor- und Nachbereitung des Spiels im Unterricht. Um technische Probleme vorzubeugen, werden die Multiplikator*innen gebeten, das Spiel im Vorfeld zu testen. Bei Bedarf erhalten sie aber auch im laufenden Prozess Beratung durch das Projektteam. Wie die Spiel-Episoden, werden auch die Fortbildungen fortlaufend bedarfsorientiert weiterentwickelt. Hierzu greift das Projektteam auf das Feedback der Teamer*innen, welche die Fortbildungen durchführen sowie die Einschätzung von Expert*innen zu unterschiedlichen Themen zurück.



Das Modellprojekt „The Game is not over – ein Serious Game zu Verschwörungstheorien und Radikalisierung“ steht unter Trägerschaft der Bildungsstätte Anne Frank.

Homepage: www.hidden-codes.de
Kontakt: hiddencodes@bs-anne-frank.de

4 Die eigene Praxis um digitale Medien erweitern

Social Media, Online-Spiele, Messenger-Apps, Videos oder Influencer*innen sind im Mobilisierungs- und Beeinflussungsportfolio demokratie- und menschenfeindlicher Akteur*innen fest verankert. Eine „digitale Radikalisierungsprävention“ sollte dementsprechend in verschiedenster Form überall dort Angebote vorhalten, wo junge Menschen im Netz nach Orientierung, Unterstützung, Zugehörigkeit oder Resonanz für ihre individuellen und kollektiven Identitäten suchen. Dabei sollten diese Angebote eine sinnvolle Ergänzung zu der – weiterhin zwingend notwendigen – Arbeit der Fachkräfte in Präventionskontexten wie Schulen, Haftanstalten, Sportszenen, Stadtviertel oder ländlichen Regionen bedeuten. Zur weiteren Konsolidierung einer „digitalen Radikalisierungsprävention“, die sich auf die Meso- und Mikroebene, also auf virtuelle (Klein) Gruppen und Einzelpersonen fokussiert, bedarf es allerdings noch zusätzlicher Erprobungen durch die Präventionsakteur*innen.

Das abschließende Kapitel dieser Handreichung möchte genau hierzu einladen und die Konzeptentwicklung für eine digitale Maßnahme in der Radikalisierungsprävention mit Tipps und Hinweisen unterstützen. Daran anknüpfend werden aus der Praxis inspirierte Fallgeschichten präsentiert, die als Reflexionsübungen dienen sollen.

4.1 Empfehlungen für digitale Maßnahmen in der Radikalisierungsprävention

Die Beispiele aus der Modellprojektpraxis im vorangegangenen Kapitel haben mögliche Ansatzpunkte digitaler Präventions- oder Interventionsmaßnahmen aufgezeigt. In den folgenden Abschnitten werden Empfehlungen für die Planung und Umsetzung digitaler Projekte zusammengestellt. Es handelt sich dabei um Kriterien, die sich in der Modellprojektpraxis bislang als besonders bedeutsam für das Gelingen einer Maßnahme herausgestellt haben.⁵³

? Welche organisatorischen Voraussetzungen sollte ich erfüllen?

Statten Sie die mit der Umsetzung der digitalen Maßnahme betrauten Mitarbeiter*innen mit den da-

für nötigen Geräten aus. Zur Grundausstattung zählen Laptops und Computer mit Webcam, Kopfhörer und ggf. externe Mikrofone. Für manche Angebote sind außerdem dienstliche Smartphones unerlässlich. Achten Sie je nach Einsatzzweck auf eine ausreichende Rechnerleistung und bei der Internetverbindung auf ein angemessenes Datenvolumen.

Die Geräte sollten aktuelle Sicherheitsstandards erfüllen, um sensible Daten, z. B. aus den digitalen Interaktionen zwischen den Fachkräften und der Zielgruppe, zu schützen. Die Verwendung eines VPN-Netzwerks wird empfohlen.⁵⁴

? Welche Ressourcen brauche ich?

Soziale Medien wandeln sich sehr schnell. Von den Trägern und Mitarbeiter*innen digitaler Projekte verlangt das eine große Flexibilität und Kreativität bei der Entwicklung von Konzepten und Methoden. Mitarbeiter*innen mit geeigneten Qualifikationen sind daher unabdingbar, genauso wie eine auskömmliche Finanzierung und tragfähige Kooperationen mit spezialisierten Organisationen oder Unternehmen.

Personal

➤ Achten Sie bei der Zusammensetzung des Projektteams darauf, dass Sie die für das Projekt relevanten Kompetenzen abdecken. Ermöglichen Sie bei einem ungedeckten Bedarf in bestimmten Kompetenzbereichen Fortbildungen oder greifen Sie auf externe Kooperationspartner*innen zurück. Kompetenzbereiche, die bei digitalen Projekten in der Regel eine Rolle spielen sind: Gestaltung (z. B. Produktion von Content, Storytelling), Fachlichkeit (z. B. digital-adäquates Aufsuchen, Bilden, Beraten, Begleiten, Betreuen), Digital-Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Social-Media-Monitoring, Netzwerk-Aufbau, Content- und Seeding-Planung, Performance-Analyse), Recht (vor allem in Bezug auf Datenschutz) sowie Medientechnik und Informatik (z. B. Gestaltung und Programmierung digitaler Anwendungen, Wartung und Betrieb von Hard- und Software). Empfehlenswert ist es, vor allem für die Gestaltung und Programmierung digitaler Anwendungen, der Wartung der Software und ggf. auch für die Produktion von geeignetem Content mit qualifizierten externen Dienstleistern zusammenzuarbeiten.

Budget

- Kalkulieren Sie in angemessenem Umfang finanzielle Mittel für nicht-pädagogische Dienstleistungen ein. Das ist besonders relevant, wenn bestimmte Aufgaben ausgelagert werden müssen – wenn also zum Beispiel Content oder Apps mit Kooperationspartner*innen aus den Bereichen Design und Illustration, mit Unterstützung von Agenturen oder Redaktionen kreiert werden. Ebenfalls kann rechtliche Beratung zu Fragen des Datenschutzes und Urheberrechts mit hohen Ausgaben verbunden sein. Auch Maßnahmen auf den Social-Media-Plattformen, mit denen die Zielgruppe online besser erreicht werden sollen, können gegebenenfalls zusätzliche Kosten verursachen.

Kooperationen

- Vor allem im Rahmen von Einzelprojekten ist es nahezu unmöglich alle Anforderungen zu erfüllen, die mit einer Maßnahme im Bereich der digitalen Radikalisierungsprävention einhergehen. Unerlässlich sind deshalb tragfähige Kooperationen mit spezialisierten Organisationen, Unternehmen oder Dienstleistern, die im Idealfall bereits über Erfahrung in der Zusammenarbeit mit zivilgesellschaftlichen Trägern verfügen. Sie können das Projekt beispielsweise mit Expertise bei der Gestaltung und Programmierung digitaler Anwendungen, bei der Contentproduktion, bei der Umsetzung von Kampagnen und der Reichweitensteigerung oder beim Monitoring und der Analyse von Trends unterstützen. Auch für die Erreichung von Zielgruppen in bestimmten Kontexten, wie der Schule oder in Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe, sind Kooperationen unerlässlich und vergrößern die Chancen Online- und Offlinearbeit zielführend zu verknüpfen, wie die Praxisbeispiele der Modellprojekte CLICK! und „The Game is not over“ zeigen.
- Bauen Sie gezielt „digitales Sozialkapital“ auf. Denn auch für die Tätigkeit im digitalen Raum gilt, dass erst ein passendes Beziehungsnetz bestimmte Zugangsmöglichkeiten eröffnet oder begünstigt. Analysieren Sie zum Beispiel, über welche Schlüsselpersonen im digitalen Raum Sie Ihre Zielgruppe erreichen können, indem diese Personen zum Beispiel Ihre Inhalte teilen oder auf Ihr Angebot aufmerksam machen.



Planung

- Planen Sie die Arbeit im Digitalen einerseits strategisch (z. B. bezüglich der Schnittstellen von digitalen und analogen Projektbausteinen), bleiben Sie während der Umsetzung aber dennoch experimentierfreudig. Reflektieren Sie zum Beispiel, welche Priorität den digitalen Elementen ihres Projektvorhabens zukommt, welche Rolle die Maßnahmen im Digitalen bei der Zielerreichung einnimmt und wie viele Ressourcen Sie hineinfließen lassen können (z. B. in Bezug auf die Erreichbarkeit, Reaktionsgeschwindigkeit und den angestrebten Aktivitätslevel auf Ihren Kanälen).
- Aktualisieren Sie kontinuierlich Ihr Wissen und Ihre Fähigkeiten mit Blick auf neue Plattformen, deren Features und Angebotscharakter. Um Ihr Angebot kontinuierlich an neue Entwicklungen anpassen zu können, sollten Sie das Nutzungsverhalten der von Ihnen fokussierten Zielgruppen, aber auch das der antidemokratischen und menschenfeindlichen Akteur*innen auf neu entstandenen Plattformen beobachten.

? Wie bestimme ich meine Zielgruppe?

Der Ausgangspunkt für die Konzeptionierung eines digitalmedienbasierten oder digitalmedienunterstützten Angebots ist die möglichst präzise Definition und Abgrenzung der Zielgruppe. Wer Jugendliche und junge Erwachsene im Rahmen einer selektiven und indizierten Präventionsmaßnahme im digitalen Raum erreichen möchte, benötigt eine möglichst genaue Vorstellung von deren medialen Präferenzen, Tätigkeiten und Kommunikationsmustern. Ein guter Einstieg ist dabei die Beschäftigung mit Alter, Geschlecht, Bildungsgrad und Milieuzugehörigkeit. Denn es zeigt sich immer wieder, dass das Nutzungsrepertoire entsprechend dieser Faktoren

variiert.⁵⁵ Für eine gezielte Maßnahme sollte die Zielgruppe jedoch noch deutlicher eingegrenzt werden.

- Recherchieren, beobachten und dokumentieren Sie in der Planungsphase daher selbst intensiv auf den relevanten Plattformen, um Hinweise darauf zu erhalten, welche Kanäle die Adressat*innen nutzen, wie sie sich diese aneignen, welche Bedürfnisse sie hier stillen, auf welche Art sie sich dort ausdrücken und auf welche Fragen sie Antworten suchen. Gegebenenfalls kann es sich als nützlich erweisen, Kooperationspartner*innen einzubeziehen, die auf **Online-Monitoring oder digitale Datenanalyse** spezialisiert sind.
- Zeichnen Sie hiervon ausgehend ein möglichst genaues Bild Ihrer Zielgruppe, zum Beispiel mit Hilfe der **Persona-Methode**, bei der einzelne fiktive, aber prototypische Mitglieder der Zielgruppe anhand relevanter Aspekte abgebildet werden, um darauf basierend Anforderungen und zentrale Features des digitalen Angebots und ein zielgruppenspezifisches Vorgehen abzuleiten.

Eine **Persona** ist eine fiktive Person, die modellhaft und stellvertretend für eine Zielgruppe konstruiert wird. Sie wird detailliert unter anderem anhand ihrer persönlichen Eckdaten, ihren Bedürfnissen und (Medien) Interessen im Rahmen eines Profils dargestellt. Das soll unter den Beteiligten den Austausch darüber anregen, welche Bildsprache die Persona ansprechen könnte, welche Kommunikationskanäle für sie interessant sind, wie sie Informationen rezipiert oder welche emotionalen Trigger auf sie in welcher Form wirken.

- Wählen Sie geeignete Plattformen aus (Stichwort: Nutzung kommerzieller Sozialer Medien vs. Produktion eigener Software) und beschränken Sie sich auf jene, die Ihnen besonders vielversprechend erscheinen, um in Kontakt mit Ihrer Zielgruppe zu kommen bzw. Akzeptanz bei Ihrer Zielgruppe herzustellen. Berücksichtigen Sie bei der Auswahl der Plattformen oder der Gestaltung der eigenen Software, welches Medienhandeln Sie erzeugen wollen, welche (Lern-)Ziele Sie dabei verfolgen und was davon Ihnen die gewählte Plattform ermöglicht.

Infobox

Beispiele für Angebote zu Online-Monitoring und digitaler Datenanalyse

- **KN:IX plus**. Bündelung, fachliche Einordnung und Visualisierung quantitativer Informationen einschlägiger öffentlicher Accounts durch das Kompetenznetzwerk „Islamistischer Extremismus“; Recherchen zu Trends, Akteur*innen und Themen.
- **modus I zad**. Monitorings und Trendanalysen zu Online-Plattformen auf Basis automatisierter quantitativer Datenerhebung und qualitativer Analysen in den Phänomenbereichen „Islamistischer Extremismus“ und „Rechtsextremismus“.
- **DREX+**. Interaktives Dashboard der Bundesarbeitsgemeinschaft „Gegen Hass im Netz“ zur Visualisierung von Trends, Akteur*innen und Verbindungen demokratiefeindlicher Ideologien im Netz; Recherchen zu aktuellen Online-Hassphänomenen.



? Worauf sollte ich bei der Konzeptentwicklung achten?

Ein Digitalkonzept sollte keineswegs allein aus technischer Warte geschrieben sein. Ihm sollten – soweit vorhanden – wissenschaftliche Erkenntnisse, in jedem Fall aber pädagogische Dimensionen und professionell formulierte Ziele zugrunde liegen.⁵⁶

- Entwickeln Sie rechtzeitig ein Konzept zum Schutz von Daten, Projektpersonal und der Zielgruppe im digitalen Kontext. Dazu gehören auch träger- und projektinterne Verabredungen zum Umgang mit digitalen Kampagnen, Anfeindungen und Bedrohungen, die gegebenenfalls als Reaktion auf die Arbeit des Projekts im Netz entstehen.
- Wenn Sie Mitglieder der Zielgruppe („Peers“) in die Entwicklung digitaler Angebote einbeziehen (wie beispielsweise bei den Fallbeispielen CLICK! und „Hidden Codes“ geschehen, siehe Kapitel 3), dann reflektieren Sie dabei unbedingt auch das Spannungsfeld von pädagogischen Zielen auf der einen Seite und den Schutzansprüchen der Peers auf der anderen Seite. Dieses Spannungsfeld variiert je nach dem digitalen Umfeld und den ein-

gebundenen Personen. Ihr Partizipationskonzept muss Antworten darauf geben, welche Vorkehrungen und Maßnahmen zur Wahrung persönlicher Schutzansprüche Sie getroffen haben.

- Sollten Sie ein digitalmedienunterstütztes Angebot in einem Präsenzsetting planen, in dem digital aufgebaute Kontakte in eine Präsenzbegleitung überführt werden, erweist sich ein „Schnittstellenmanagement“ als hilfreich. Dabei geht es mitunter darum, die genaue Gestaltung und möglichen Zeitpunkte der Übergänge („Schnittstellen“) zwischen Offline- und Online-Angebot möglichst genau zu skizzieren.⁵⁷
- Für die inhaltliche Ausarbeitung des digitalen Angebots ist ausschlaggebend, welche übergeordneten Ziele Sie verfolgen, ob Sie zum Beispiel erfahrungsbasiertes Lernen ermöglichen, Distanzierungsimpulse setzen oder eine digitale Gemeinschaft aufbauen wollen. Daran anknüpfend ist im nächsten Schritt zu prüfen, welche Ansätze und Methoden sich mit Hilfe des gewählten Mediums umsetzen lassen. So gibt zum Beispiel ein Serious Game einen anderen Rahmen vor als ein Chat-Room. Grundsätzlich müssen erfolgreiche Ansätze und Methoden aus der etablierten Praxis für den digitalen Raum nicht zwingend neu erfunden werden.⁵⁸ Relevant ist vielmehr, Ansätze und Methoden mit Hilfe der digitalen Möglichkeiten weiterzuentwickeln und sie unter Berücksichtigung der Nutzungspraktiken der Zielgruppe konsequent zu „übersetzen“.

? Wie erreiche ich die Zielgruppe mit meinem digitalen Angebot?

Die Möglichkeiten, die Ihnen zur Verfügung stehen, um Ihre Zielgruppe mit dem digitalen Angebot zu erreichen, hängt davon ab, ob Sie diese unmittelbar oder vermittelt erreichen können und wollen. Ein unmittelbarer Zugang zur Zielgruppe erfolgt digital aufsuchend oder abwartend, ein vermittelter Zugang kann digital oder analog umgesetzt werden.⁵⁹

Legen Sie für einen **digital-aufsuchenden Zugang** Kriterien fest, anhand derer Sie die anzusprechenden Personen oder Gruppen auswählen. Skizzieren Sie verschiedene Szenarien für den Moment der Ansprache, für die Beziehungsarbeit und Begleitung der Zielgruppe, und legen Sie hierfür je nach Zielsetzung des Projekts einen Fundus an Tools, Links,

Materialien, Wordings, Kommunikationsinhalten (z. B. Argumente, Zahlen, Fakten, Narrative) und Methoden an, die Sie im Kontakt einbinden können. Die Überführung dieses Fundus in Leitfäden für die Ansprache und die Interaktion erhöht die Handlungssicherheit und Abgestimmtheit des Vorgehens im Team.

Die bei einem **digital-abwartenden Zugang** nötige Contenproduktion sollte sich auf der gestalterischen Ebene konsequent an den spezifischen Mediennutzungsgewohnheiten Ihrer Zielgruppe orientieren. Bilder und Videos bieten einen besonderen Anreiz. Damit die Inhalte und die verknüpfte Aufforderung zur Kontaktaufnahme die Zielgruppe erreichen, müssen die Inhalte dort gepostet werden, wo sich die Zielgruppe aufhält. Es sind außerdem Maßnahmen zur Reichweitensteigerung zu ergreifen, zum Beispiel eine erhöhte Postingfrequenz, Nutzung von Hashtags oder das Schalten von Werbung. Für die Reaktion auf eine Kontaktaufnahme durch die Zielgruppe sollte ein Leitfaden vorliegen.

Für den **digital-vermittelten Zugang** ist das soziale Online-Umfeld der Zielgruppe relevant. Hilfreich sind Personen, die kontinuierlich Einblick in die jeweilige digitale Community haben und durch ihre Rolle eine gewisse Vertrauenswürdigkeit genießen. Das können Admins oder Foren-Moderator*innen der fraglichen Chat-Rooms, Messaging-Gruppen oder Server sein, aber auch Influencer*innen und Content-Creator*innen, in deren digitalen Netzwerk sich die Zielgruppe bewegt. Für eine Zusammenarbeit bedarf es unter anderem der Rollenklärung, einer Sensibilisierung der „Schlüsselpersonen“ für die Zielstellungen des Projekts sowie eine tragfähige Übereinkunft über den Modus der „Vermittlungsleistung“.

Für den **analog-vermittelten Zugang** der Zielgruppe zu Ihrem digitalen Angebot, der zum Beispiel über Schulen, Träger aus der Jugendarbeit oder Einrichtungen der Kinder- und Jugendhilfe erfolgt, sollte die dortige technische Infrastruktur berücksichtigt werden. Es bietet sich an, die digitalen Angebote für stationäre Geräte wie auch für Smartphones und Tablets zu programmieren, damit die Adressat*innen in Einrichtungen ohne großen PC-Pool das digitale Angebot auf den mitgebrachten Smartphones nutzen können. Sind die Fachkräfte in den kooperierenden Einrichtungen in die Durchführung des Angebots eingebunden, sollten Sie diese gemäß ihrer Rolle und für den Gebrauch

des digitalen Angebots schulen sowie Leitfäden und Handreichungen bereitstellen. Sie sollten außerdem im laufenden Betrieb für die Fachkräfte für technische oder didaktische Fragen erreichbar sein.

Checkliste zur Zielgruppen- erreichung

Unmittelbarer Zugang

> digital-aufsuchenden

- Kriterien für die Auswahl der anzusprechenden Nutzer*innen oder Gruppen
- Leitfaden für die Ansprache
- Leitfaden für die Interaktion

> digital-abwartenden

- Contentproduktion
- Maßnahmen zur Reichweitensteigerung
- Leitfaden für die Interaktion

Vermittelter Zugang

> digital

- Identifikation geeigneter Schlüsselpersonen im Online-Umfeld der Zielgruppe (z. B. Admins, Foren-Moderator*innen, Influencer*innen, Content-Creator*innen)
- Kooperation aufbauen
- Rollenklärung (z. B. Beteiligung an gemeinsamen Formaten, Einsatz als Testimonial, Verweistätigkeit)
- Ggf. Schulung/Sensibilisierung der Schlüsselpersonen
- Ggf. gemeinsame Aktivitäten
- Regelmäßiger Austausch

> analog

- Identifikation geeigneter Institutionen
- Kooperationen aufbauen
- Prüfen der technischen Voraussetzungen in der Institution
- Schulung/Sensibilisierung der kooperierenden Fachkräfte für ihre Rolle bei der Umsetzung des digitalen Angebots
- Leitfaden für den Einsatz des digitalen Angebots

? Wie erhöhe ich die Akzeptanz meines digitalen Angebots?

Social-Media-Netzwerke sind sehr dynamisch, weil immer wieder neue Plattformen entstehen, Foren oder Gruppen geschlossen werden und Nutzer*innen weiterwandern. Ebenso dynamisch kann sich der Wandel digitaler Nutzungs- und Rezeptionsmuster vollziehen. Einen Beitrag zur Akzeptanz Ihres Angebots leisten Sie, wenn Sie es an den Mediennutzungs- und Sehgewohnheiten Ihrer Zielgruppe ausrichten und es anpassen, wenn sich diese wandeln. Um Überforderung und Reaktanz in Reaktion auf Ihr Angebot zu vermeiden, ist es hilfreich, ein gutes Verhältnis zwischen den ggf. spielerischen Elementen des digitalen Mediums und den (pädagogischen) Inhalten zu finden, so dass ein stimmiger Eindruck entsteht. Bei Serious Games kommt es zum Beispiel darauf an, Spielelemente und Lernziele aufeinander abzustimmen. Das bedeutet, dass beispielsweise die Tätigkeiten, die im Spiel vorgenommen werden können, etwas mit den pädagogischen Dimensionen des Konzepts zu tun haben.

? Wie erhöhe ich die Bekanntheit meines digitalen Angebots?

> Erfassen und beobachten Sie zunächst anhand einiger quantitativer Kennzahlen die Entwicklung Ihres digitalen Angebots. Bei Social-Media-Accounts und Webseiten sind die Analyseinstrumente, die für die Erfassung der relevanten Kennzahlen benötigt werden, in der Regel bereits integriert. Auch für selbstentwickelte Software, Apps, Plattformen oder Messenger lassen sich (datenschutzkonforme!) Analyseinstrumente programmieren. Die erfassten Daten, beispielsweise die Anzahl der Follower*innen und Fans, die Anzahl der Besuche auf der Seite, Interaktionsraten oder Anzahl der Klicks, Likes, Shares/Retweets und Kommentare, geben Ihnen zum Beispiel im Rahmen einer monatlichen Auswertung Hinweise auf die Bekanntheit Ihres Angebots sowie auf die Reaktionen und das Interesse der Nutzer*innen. Berücksichtigen Sie auch, was sich außerhalb Ihres eigenen Angebots im relevanten Umfeld entwickelt, zum Beispiel in Bezug auf neue Schlagwörter, Trends, Themen und Plattformen, aber auch im Hinblick auf die von der Gegenseite genutzten Strategien.

> Welche Relevanz die Sichtbarkeit Ihres Angebots im digitalen Raum hat, hängt vom gewählten Zielgruppen-Zugang (siehe „Wie erreiche ich meine

Zielgruppe?“) und der Zielstellung Ihres Projekts ab. Setzen Sie davon ausgehend ein Bündel von Maßnahmen zur Steigerung der Bekanntheit Ihres digitalen Angebots um. Dabei kann es sich um werbliche, aber auch um inhaltliche Methoden handeln. Auf inhaltlicher Ebene können Sie zum Beispiel Namen bekannter Personen einbinden, nach denen Jugendliche auf Plattformen suchen. Bewährt hat sich außerdem, Inhalte mit populären Schlagworten und Hashtags zu versehen und personalisierte Botschaften oder kurze Postings einzusetzen. Interesse lässt sich mit Videos und Memes wecken, die in zugespitzter Weise auf ein aktuelles Problem oder eine konkrete Frage der Zielgruppe Bezug nehmen.

- Besonderes Potenzial bietet auch die Zusammenarbeit mit thematisch relevanten **Influencer*innen**. Aktuelle Studien zeigen, dass sich Heranwachsende in vielerlei Hinsicht an für sie wichtigen Internetpersönlichkeiten auf YouTube, Instagram und TikTok orientieren.⁶⁰ Daher sind sie auch für den Aufbau und Aufrechterhalt von Beziehungen bedeutungsvoll.

Influencer*innen oder **Content Creator*innen** sind Personen, die in den Sozialen Medien in einer regelmäßigen (und meist hohen) Frequenz zu einem oder mehreren Themengebieten Inhalte veröffentlichen. Sie zeigen sich meist nahbar und vertrauenswürdig, interagieren viel mit ihrem Publikum und zielen darauf ab, Nutzer*innen als Follower*innen oder Abonnent*innen zu gewinnen, um diese von einem Produkt oder ihrer Meinung zu überzeugen.

- Gestalten Sie die Beziehungsarbeit unabhängig von der teilweise flüchtigen Kommunikationsdynamik in digitalen Umgebungen ganz bewusst und achten Sie auf Kontinuität und Zuverlässigkeit in den aufgebauten Beziehungsstrukturen zu der Zielgruppe.
- Pflegen Sie professionelle Beziehungen und wahren Sie Grenzen auch im Digitalen. Berücksichtigen Sie, dass jedes Medium und jeder Kanal unterschiedliche Erwartungen in Bezug auf Sprache, Reaktionsgeschwindigkeit oder Inhalte weckt und orientieren Sie sich daran. Achten Sie auch im digitalen Raum auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Ihrem professionellen Hintergrund und einem authentischen Auftreten.

4.2 Reflexionsübungen für die eigene Praxis

Nachfolgend wird eine zwar fiktiv konstruierte, aber durch die Modellprojektpraxis inspirierte Fallgeschichte mit daran anknüpfenden Reflexionsübungen dargelegt. Diese sollen zu einer vertiefenden Auseinandersetzung mit den Inhalten der Handreichung anregen. Aber sie eignen sich auch zur Einübung einer professionell-reflexiven Haltung sowie für Gruppendiskussionen im Team. Die unter den Reflexionsübungen angeführten Fragestellungen können sowohl den individuellen Reflexionsgang als auch die Falldiskussion strukturieren.

Ausgangssituation

Leo, 15 Jahre alt, ist nach der Trennung seiner Eltern mit seiner Mutter in ein Dorf gezogen. Im Gegensatz zu der ebenfalls ländlichen Region, in der er bislang aufgewachsen ist, gibt es an seinem aktuellen Wohnort keine Angebote im Bereich der Jugendarbeit. Die wenigen Vereine vor Ort richten sich hauptsächlich an Erwachsene. Die nächstgelegene Kleinstadt ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln nur schwierig zu erreichen. In seiner neuen Schule hat er bislang nur lose Freundschaften knüpfen können; was ihn bewegt, behält er lieber für sich. Wie seine Eltern Konflikte austragen, was letztlich auch zur Trennung führte, hat ihn enttäuscht und macht ihn noch immer wütend. Leo ist froh, dass er wenigstens im Internet Ablenkung und Gemeinschaft findet. Er mag Science-Fiction, spielt online gerne Fantasy-Rollenspiele und tauscht sich mit der Community über Fragen aus, die ihn interessieren. Zum Beispiel wie es wäre, wenn die Wirklichkeit tatsächlich ganz anders ist, als sie scheint. Ein anderer Nutzer teilt diesbezüglich immer wieder mal Links zu YouTube-Videos, in denen eine junge Frau Themen des Weltgeschehens so beleuchtet, als könne man mit ihr „hinter die Kulissen“ blicken. Leo findet das interessant und schaut sich weitere Videos an. Durch die empfohlenen Links gelangt er zu anderen Online-Quellen mit einer ähnlichen Perspektive. Bald stößt er auf die Instagram-Accounts junger „Patrioten“. In ihren Stories erzählen sie Geschichten aus ihrem Alltag, berichten aber auch von Demos und Aktionen. Leo folgt diesen Accounts und nutzt jetzt außerdem, wie die jungen „Patrioten“ ebenfalls, Telegram. Dort abonniert er „alternative“ Nachrichtenkanäle, wo er endlich einmal klare Antworten auf gesellschaftliche Fragen

erhält, zu denen die Lehrer*innen in der Schule immer nur „rumeiern“, wie Leo findet. Mehr und mehr hat er den Eindruck, endlich einen Durchblick zu erhalten. Zunehmend „unwissend“, naiv, fast schon „fremdgesteuert“ erscheinen ihm dafür seine Mitschüler*innen, die Lehrkräfte, aber auch die Medien. Er überlegt, an einem auf Instagram angekündigten Vernetzungstreffen mit den „Patrioten“ teilzunehmen. Seit Kurzem postet er selbst Inhalte, in denen es um den „Great Reset“, den „Überwachungsstaat“ und die „Ökodiktatur“ geht. Ein früherer Bekannter, der ihm bei Instagram folgt, liest die Posts und hat ein komisches Gefühl.

■ Reflexionsübung 1

Eva arbeitet als pädagogische Fachkraft bei einem freien Träger der Jugendhilfe. Eva und ihr Team wollen im Rahmen eines neu geschaffenen Angebots Jugendliche wie Leo erreichen, um eine weitere Hinwendung zu Verschwörungsmythen und demokratiefeindlichen Communities zu verhindern. Sie fragen sich, wie sie vorgehen müssen, um Jugendliche wie ihn zu erreichen und ihre Chancen zu erhöhen, dass sie auf ihr Angebot aufmerksam werden.

Fragen

- Welche Herausforderungen und welche Chancen nehmen Sie in Bezug auf das Vorhaben der Jugendarbeiterin Eva und ihrem Team wahr?
- Welches Vorgehen würden Sie wählen, um Jugendliche wie Leo zu erreichen? Was sollten Eva und ihr Team dabei berücksichtigen?

■ Reflexionsübung 2

Eva und ihre Kolleg*innen haben sich entschieden, Jugendliche wie Leo online zu kontaktieren. Deshalb haben sie sich intensiv mit der Lebenssituation, den Werten und Normen, aber auch mit dem Medien-nutzungsverhalten ihrer Zielgruppe befasst. Also konzentrieren sich Eva und ihr Team auf jene Online-Kanäle und -Gruppen, wo sie die Jugendlichen antreffen. Sie definieren Anlässe für Interventionen, legen Zeitslots der Online-Erreichbarkeit fest und generieren Accounts, die sie jeweils als Praktiker*innen der Jugendarbeit ausweisen. Grundsätzlich ist das Team bereit, die junge Zielgruppe in ihren virtuellen Sozialräumen aufzusuchen. An dieser Stelle

fragt sich Eva jedoch, wie der Erstkontakt zu einem Jugendlichen wie Leo im digitalen Setting überhaupt ablaufen könnte und wie sie daran anknüpfend ein Gespräch aufbauen und Probleme ansprechen könnte, ohne gleich einen Kontaktabbruch zu provozieren.

Fragen

- Welche Herausforderungen und welche Chancen nehmen Sie in Bezug auf den Erstkontakt mit Leo durch die Jugendarbeiterin Eva in einem digitalen Setting wahr?
- Wie würden Sie selbst vorgehen? Was sollten Eva und ihr Team berücksichtigen?
- Woran könnte sich Eva Ihrer Einschätzung nach bei der Ansprache und der Gesprächsführung in einem digitalen Setting orientieren?

■ Reflexionsübung 3

Ergänzend zum Digital Streetwork haben Eva und ihr Team Social-Media-Accounts eingerichtet, über die sie in unregelmäßigen Abständen verschiedene Inhalte mit Bezug zu den Themen ihrer Zielgruppe verbreiten. Damit wollen sie Interesse bei ihrer Zielgruppe wecken, sie zum Austausch animieren und zur Kontaktaufnahme mit dem Team anregen. Nach einiger Zeit wird deutlich, dass ihre Seiten nicht häufig besucht werden und sich auch ihre Inhalte kaum verbreiten. Eva fragt sich, wie sie die Reichweite steigern und die Diskussion der Inhalte in den Communities anregen könnte.

Fragen

- Welche Möglichkeiten hat Eva, die Reichweite und Interaktion auf ihren Social-Media-Kanälen zu erhöhen?
- Wie würden Sie selbst vorgehen? Was sollten Eva und ihr Team berücksichtigen?
- Was sollte Eva bei der Gestaltung und Verbreitung ihrer Inhalte beachten, um nicht nur allgemein interessierte Jugendliche in Social Media zu erreichen, sondern auch Jugendliche wie Leo mit einem ganz bestimmten Profil?

■ Reflexionsübung 4

Nachdem Eva und ihre Kolleg*innen Maßnahmen zur Steigerung der Reichweite ihrer Inhalte ergriffen haben, steigen auch die Zugriffszahlen und die Posts werden vermehrt kommentiert. Dadurch sind auch einige der „Patrioten“ von Instagram auf das Angebot aufmerksam geworden. Sie animieren seit Längerem schon ihre Community, die Diskussionen zu Evas Beiträgen aufzumischen. Vor Kurzem hat sich das zu einem regelrechten Shitstorm ausgewachsen. Eva fragt sich, wie sie es schaffen kann, auf den eigenen Kanälen die diskursive Oberhand zu behalten, ohne die Möglichkeit zur Kommentierung komplett zu unterbinden.

Fragen

- Welche Herausforderungen und welche Chancen nehmen Sie in dieser Situation für Eva und ihr Team wahr?
- Wie würden Sie selbst vorgehen? Was sollten Eva und ihr Team berücksichtigen?

■ Reflexionsübung 5

Eva wird von einer Schule angefragt, vor Ort einen Workshop anzubieten, der Heranwachsende für Radikalisierung im Netz sensibilisiert. Sie überlegt, wie sie bei der Gestaltung des Workshops präventive Zielsetzungen mit Bildungs- und Unterhaltungselementen verknüpfen könnte. Die herausfordernden Inhalte sollen anschaulich, lebensweltnah und eindrücklich vermittelt werden. Eva fragt sich, welche Medien und digitalen Formate sie in den Präsenzworkshop einbinden kann, damit die Veranstaltung diesen Ansprüchen genügt.

Fragen

- Welche Möglichkeiten hat Eva aus Ihrer Sicht in einem schulischen Rahmen in Bezug auf die Einbindung digitaler Medien?
- Wie würden Sie selbst einen solchen Workshop konzeptionieren? Was sollten Eva und ihr Team berücksichtigen?

■ Reflexionsübung 6

Emel arbeitet als Medienpädagogin bei einer Einrichtung der quartiersbezogenen Jugendarbeit in einem Jugendhaus im Viertel. Während einer Fachtagung erfährt sie von Evas Projekt. Auch Emels Team arbeitet aufsuchend im Netz, hat jedoch eine andere Zielgruppe. Das Einzugsgebiet ihres Trägers ist eher multikulturell geprägt und nicht besonders einkommensstark. Der Wohnraum in diesem Viertel ist zwar noch bezahlbar, die Wohnsubstanz aber eher marode. Auch die Schulen sind schlecht ausgestattet. Die es sich leisten können, verlassen das Wohngebiet wieder, sobald sie etwa ihre Ausbildung beendet und einen gut bezahlten Job bekommen haben. Andere bleiben aufgrund ihrer ökonomischen Lage dort hängen. Aber nicht wenige der Anwohner*innen wissen die dichten sozialen und familiären Netzwerke, aber auch die Vielfalt im Viertel zu schätzen. Dennoch verläuft das Nebeneinander von hippen Zugezogenen, Alteingesessenen mit oder ohne familiärer Migrationsbiographie und geflüchteten Familien in prekärer Situation nicht immer reibungslos. Bei bestimmten gesellschaftlichen, politischen und religiösen Themen zeigen sich Spannungen im öffentlichen Raum. Auch bei den Zusammenkünften der Jugendlichen in Emels Träger reproduzieren sich diese Spannungen. Als Sozialpädagog*innen haben Emel und ihre Kolleg*innen den Auftrag, solche Spannungen pädagogisch zu bearbeiten, diskriminierende Haltungen und Feindseligkeiten abzubauen und dabei demokratische Werte zu vermitteln. Aufgrund ihrer Beobachtung, dass Konflikte oft im Netz beginnen, dabei immer wieder subtil-manipulative Erklärvideos und Memes von demokratiefeindlichen Akteur*innen auftauchen, hat Emels Team eine Online-Anlaufstelle eingerichtet. Anklang finden solche Inhalte nämlich auch bei den Jugendlichen im Viertel. Von der Online-Anlaufstelle aus sind speziell geschulte Fachkräfte an sechs Tagen in der Woche im Netz unterwegs. Dort stellen sie eigenen Content bereit, beobachten demokratiefeindliche Aktivitäten, sie vernetzen sich mit den Jugendlichen aus dem Viertel und begleiten sie online, stehen für Fragen bereit und intervenieren bei Bedarf. Bei der Fachtagung versuchen Emel und Eva herauszufinden, welche unterschiedlichen Konstellationen sie in Bezug auf die Zielgruppen, den Sozialraum und ihre Trägereinrichtungen zu berücksichtigen haben. Denn trotz ihrer ähnlichen Ansätze unterscheidet sich ihr Vorgehen grundlegend.

Fragen

- Welche Herausforderungen und welche Chancen nehmen Sie in Bezug auf das Angebot von Emel und ihrem Team wahr?
- Welche Unterschiede sehen Sie zwischen Emels Angebot und dem von Eva?
- Welche Ressourcen braucht es aus Ihrer Sicht, um ein Angebot wie das von Emel bereitzustellen und welche Ressourcen sind für ein Angebot wie das von Eva nötig?

5 Ausblick

Die vorliegende Handreichung bildet verschiedene Möglichkeiten ab, wie digitale Medien für die Radikalisierungsprävention bei jungen Zielgruppen eingesetzt werden können und gibt diesbezüglich Impulse für die Praxis. Im Hinblick auf die Onlinearbeit in den Modellprojekten des Handlungsfelds „Extremismusprävention“ wird deutlich, dass die meisten Ansätze ein experimentelles Stadium schon verlassen haben und sowohl praxiserfahren als auch konzeptuell vorgehen. Dabei profitieren die meisten von Erfahrungswerten aus Vorgängerprojekten. Es konnten dementsprechend ein vielfältiges methodisches Repertoire in der Praxis getestet, entscheidende Herausforderungen identifiziert und das Vorgehen präzisiert werden. So wird insgesamt deutlich, dass sich viele der Ansätze auf dem Weg der Professionalisierung befinden. Das zeigt sich beispielsweise an der Entwicklung von Handlungsstandards in den unterschiedlichen Feldern der Onlinearbeit sowie am regelmäßigen Erfahrungsaustausch und der Netzwerkarbeit. Einige Ansätze haben sich dabei bereits bewährt, andere wiederum entwickeln sich vielversprechend. Zur weiteren Konsolidierung einer „digitalen Radikalisierungsprävention“ bedarf es dennoch weiterhin Anstrengungen durch verschiedene Präventionsakteur*innen. Insgesamt braucht es ein weit aufgefächertes Spektrum an Ansätzen und Methoden der Prävention und Intervention, um der Dynamik und Vielgestaltigkeit antidemokratischer und menschenfeindlicher Kräfte in digitalen Umgebungen zu begegnen.

Darüber hinaus gilt es für neue technologische Entwicklungen zu prüfen und erproben, wie sie sich sinnvoll und ethisch für präventive Zielstellungen einbinden lassen. Aktuell werden beispielsweise unter anderem in der Sozialen Arbeit und der politischen Bildung die Einsatzmöglichkeiten von Künstlicher Intelligenz diskutiert. In einigen Feldern, wie beispielsweise der Migrationsberatung⁶¹ oder der Jugendarbeit⁶², wird der Einsatz von Chatbots bei aufsuchenden Online-Angeboten bereits getestet. Dabei wird zum Beispiel geprüft, wie die Fachkräfte und die jeweiligen Zielgruppen die Interaktionen bewerten. Dementsprechend gilt es auch für Online-Beratungen oder aufsuchende Angebote im Feld der Radikalisierungsprävention zu erproben, ob sich Chatbots zur Überbrückung von Zeiten eignen, in denen Projektmitarbeiter*innen nicht erreichbar sind, oder entsprechende KI-Software in ethisch vertretbarer Weise für die Auswertung von Diskussionen in Online-Gruppen genutzt werden kann. Das würde unter anderem ermöglichen, die Reaktionszeiten auf Anfragen zu erhöhen und Kontaktverluste zu reduzieren.

6 Quellenverzeichnis

- 1 Vgl. Neumann, P./ Winter, C./ Meleagrou-Hitchens, A./ Ranstorp, M./ Vidino, L. (2019): Radikalisierung und De-Radikalisierung: Die Rolle des Internets. In: Daase, C./ Deitelhoff, N./ Junk, J. (Hrsg.), Gesellschaft Extrem. Was wir über Radikalisierung wissen, S. 211–253. Frankfurt a. M.: Campus-Verlag, S. 211.
- 2 Die Begriffe „digitalmedienbasiert“ und „digitalmediengestützt“ gehen zurück auf Hohnstein S./ Zschach, M. (2023): Digitale Extremismusprävention international. 2. Schwerpunktbericht. Halle (Saale): DJI/AFS.
- 3 Vgl. Feierabend, S./ Rathgeb, T./ Kheredmand, H./ Glöckler, S. (2023): JIM-Studie 2023. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: mpfs – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, S. 23f.
- 4 Vgl. Beisch, N./ Koch, W. (2022): ARD/ZDF-Onlinestudie: Vier von fünf Personen in Deutschland nutzen täglich das Internet. In: Media Perspektiven 10/2022, S. 460–470. https://www.ardzdf-onlinestudie.de/files/2022/2210_Beisch_Koch.pdf [17.01.2024], S. 463.
- 5 Vgl. Brüggem, N./ Dreyer, S./ Gebel, C./ Lauber, A./ Materna, G./ Müller, R./ Schober, M./ Stecher, S. (2022): Gefährdungsatlas. Digitales Aufwachsen. Vom Kind aus denken. Zukunftssicher handeln, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage. Bonn: Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz, S. 43.
- 6 Vgl. Feierabend et al. 2023, S. 26.
- 7 Vgl. Feierabend et al. 2023, S. 52.
- 8 Vgl. Reinemann, C./ Nienierza, A./ Fawzi, N./ Riesmeyer C./ Neumann, K. (2019): Jugend – Medien – Extremismus. Wo Jugendliche mit Extremismus in Kontakt kommen und wie sie ihn erkennen. Wiesbaden: Springer VS, S. 86.
- 9 Vgl. Brüggem et al. 2022, S. 128.
- 10 Vgl. ebd.
- 11 Vgl. Feierabend, S./ Rathgeb, T./ Kheredmand, H./ Glöckler, S. (2022): JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: mpfs – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, S. 32.
- 12 Vgl. Paus, I./ Börsch-Supan, J. (2020): Die Jugend in der Infodemie. Eine repräsentative Befragung zum Umgang junger Menschen in Deutschland mit Falschnachrichten während der Coronakrise. Düsseldorf: Vodafone Stiftung. <https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2020/12/Studie-Vodafone-Stiftung-Umgang-mit-Falschnachrichten.pdf> [16.01.2024], S. 5.
- 13 Vgl. Jugendschutz.net (2020): Telegram: Zwischen Gewaltpropaganda und Infokrieg. Keine Schutzmaßnahmen für Kinder. Mainz: jugendschutz.net. https://www.jugendschutz.net/fileadmin/daten/publikationen/praxisinfos_reports/report_telegram_zwischen_gewaltpropaganda_und_infokrieg.pdf [17.01.2024]
- 14 Vgl. Krona, M. (2020): Collaborative Media Practices and Interconnected Digital Strategies of Islamic State (IS) and Pro-IS Supporter Networks on Telegram. In: International Journal of Communication, 14, S. 1888–1910. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9861/3032> [17.01.2024]
- 15 Vgl. Jugendschutz.net (2019): Islamistische Inhalte auf Telegram. Kinder und Jugendliche zu wenig geschützt. Mainz: jugendschutz.net. https://www.vielfalt-mediathek.de/wp-content/uploads/2020/12/jugendschutz.net_report_telegramvielfalt-mediathek.pdf [17.01.2024]
- 16 Vgl. Castellanos M./ Wettstein A./ Wachs S./ Kansok-Dusche J./ Ballaschk C./ Krause N./ Bilz L. (2023): Hate speech in adolescents: A binational study on prevalence and demographic differences. In: Frontiers of Education, 8, S. 1-14. doi: 10.3389/feduc.2023.1076249 [17.01.2024], S. 7.

- 17 Vgl. Jukschat, N. (2022): Digitale Medien als Medien der (neuen) Rechten? Zur Rolle und Nutzung (digitaler) Medien in rechtsextremen Bewegungen und ihrer Bedeutung für kollektive und individuelle Radikalisierungsprozesse. In: Milbradt, B./ Frank, A./ Greuel, F./ Herding, M. (Hrsg.): Handbuch Radikalisierung im Jugendalter. Phänomene, Herausforderungen, Prävention, S. 197–213. Opladen: Barbara Budrich, S. 201.
- 18 Vgl. Comerford, M./ Ayad, M./ Guhl, J. (2021): Generation Z & Das salafistische Online-Ökosystem: Executive Summary. London: ISD. <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2021/12/Exec.-Sum.-Generation-Z-das-salafistische-Online-Okosystem.pdf> [17.01.2024], S. 8.
- 19 Vgl. Leidig, E. (2023): The Women of the Far Right: Social Media Influencers and Online Radicalization. New York: Columbia University Press.
- 20 Vgl. Kahl, M. (2018): Was wir über Radikalisierung im Internet wissen – Forschungsansätze und Kontroversen, Demokratie gegen Menschenfeindlichkeit: Radikalisierung. Schwalbach am Taunus: Wochenschau-Verlag. S. 13; zitiert nach Sold, M. (2019): Online-Radikalisierung und Online-Propagandierung. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 1.
- 21 Vgl. Farren, D./ Fischer, J.M.K./ Brettfeld, K./ Endtricht, R./ Kleinschnittger, J./ Wetzels, P. (2022): Demokratiedistanz, extremismusaffine Einstellungen, Akzeptanz politisch motivierter Gewalt sowie Intoleranz gegenüber Minderheiten und Fremdgruppen bei Jugendlichen und Heranwachsenden in Deutschland 2022. MOTRA-Forschungsbericht No. 10. Hamburg: Universität Hamburg. <https://doi.org/10.25592/uhhfdm.13176> [17.01.2024], S. 66.
- 22 Vgl. Rieger, D./ Frischlich, L./ Rack, S./ Bente, G. (2020): Digitaler Wandel, Radikalisierungsprozesse und Extremismusprävention im Internet. In: Ben Slama, B./ Kemmesies, U. (Hrsg.): Handbuch Extremismusprävention – Gesamtgesellschaftlich. Phänomenübergreifend. https://www.handbuch-extremismuspraevention.de/HEX/DE/Handbuch/Kapitel_3/Modul_3_4/Modul_3_4.html?nn=140976&cmc_noPagination=true [19.06.2024], S. 375.
- 23 Vgl. Beelmann, A./ Lehmann, L. (2022): Radikalisierung im digitalen Zeitalter. Handlungsempfehlungen an Politik, Praxis und Gesellschaft. Langfassung. Hannover, Jena: Kriminologisches Forschungsinstitut e. V. und Zentrum für Rechts-extremismusforschung, Demokratiebildung und gesellschaftliche Integration (KomRex), Friedrich-Schiller-Universität Jena. https://kfn.de/wp-content/uploads/2022/09/RadigZ_Handlungsempfehlungen_Langfassung.pdf [17.01.2024], S. 44f.
- 24 Vgl. Kutscher, N. (2015): Mediatisierung der Kinder- und Jugendhilfe – Herausforderungen der digitalen Gesellschaft für professionelle Handlungskontexte. In: Archiv für Wissenschaft und Praxis der sozialen Arbeit, 46. Jg., H. 2, S. 4–20; zitiert nach Kutscher, N. (2017): Digitalisierung der Sozialen Arbeit. Entwicklungen, Herausforderungen und Perspektiven. In: merz, H. 4, S. 18–25, S. 18.
- 25 Die Inhalte des folgenden Abschnitts wurden bereits in ähnlicher Form veröffentlicht in Ziegler, I./ Brodführer, A./ Johansson, S. (2021): Demokratieförderung und Radikalisierungsprävention digital. Ansatzpunkte für die Beurteilung von Struktur-, Konzept- und Prozessqualität pädagogisch-präventiver Arbeit im digitalen Raum. In: Milbradt, B./ Greuel, F./ Reiter, S./ Zimmermann, E. (Hrsg.): Evaluation von Programmen und Projekten der Demokratieförderung, Vielfaltgestaltung und Extremismusprävention. Gegenstand, Entwicklungen und Herausforderungen. Weinheim, Basel: Beltz Juventa, S. 157–175.
- 26 Vgl. Schmidt, J.-H. (2018): Social Media. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 27.
- 27 Vgl. Hugger, K.-U. (2010): Digitale Jugendkulturen, 1. Aufl. Wiesbaden: Springer VS; zitiert nach Bollig, C. (2020): Digitalisierung in der Mobilen Jugend(-sozial-)arbeit – im Spannungsfeld zwischen Professionalisierung und (Alltags-) Pragmatismus. In: Kutscher, N. et al. (Hrsg.): Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung, S. 468–479. Weinheim: Beltz-Juventa, S. 472.
- 28 Vgl. Hohnstein, S./ Glaser, M. (2017): Wie tragen digitale Medien zu politisch-weltanschaulichem Extremismus im Jugendalter bei und was kann pädagogische Arbeit dagegen tun? Ein Überblick

- über Forschungsstand, präventive und intervenierende Praxis im Themenfeld. In: Hohnstein, S./Herding, M. (Hrsg.): Digitale Medien und politischweltanschaulicher Extremismus im Jugendalter. Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis, S. 243–281. Halle (Saale): DJI/AFS, S. 271.
- 29 Vgl. ebd.
- 30 Vgl. Deutscher Bundestag (Hrsg.) (2013): 14. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Berlin, S. 396.
- 31 Vgl. Wagner, U./ Eggert, S./ Schubert, G. (2016): MoFam – Mobile Medien in der Familie. München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. www.jff.de/studie_mofam [16.01.2024], S. 13.
- 32 Vgl. Deutscher Bundestag (Hrsg.) (2017): 15. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Berlin, S. 305.
- 33 Es handelt sich dabei mehrheitlich um Projekte im Bereich der direkten Prävention. Mit direkten und indirekten Präventionsmaßnahmen werden solche unterschieden, die sich entweder direkt an Betroffene richten oder die sie indirekt über Angehörige, Lehrkräfte, Fachkräfte der Kinder- und Jugendhilfe oder andere Multiplikator*innen zu erreichen versuchen.
- 34 Vgl. Milbradt, B./ Schau, K./ Greuel, F. (2019): (Sozial)-pädagogische Praxis im Handlungsfeld Radikalisierungsprävention – Handlungslogik, Präventionsstufen und Ansätze. In: Heinzelmann, Claudia/ Marks, Erich (Hrsg.): Gutachterliche Stellungnahmen zum 24. Deutschen Präventionsstag am 20. und 21. Mai 2019 in Berlin, S. 142–179. <https://www.praeventionstag.de/dokumentation/download.cms?id=2790> [16.12.2021], S. 151.
- 35 Vgl. ISS e. V. – Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik (Hrsg.) (2023): Professionalität aus der Sicht der Mitarbeitenden in Modellprojekten des Handlungsfelds „Extremismusprävention“. Zweiter Schwerpunktbericht der wissenschaftlichen Begleitung des Handlungsfelds „Extremismusprävention“ im Bundesprogramm „Demokratie leben!“. Unveröffentlichter Bericht, S. 35 f.
- 36 Es handelt sich dabei mehrheitlich um (Modell) Projekte, deren Umsetzung durch öffentliche Fördergelder ermöglicht wurde, z. B. die Projekte „Debate“ der Amadeu Antonio Stiftung und „De-konstrukt“ des CJD Nord, die in der ersten Förderperiode von „Demokratie leben!“ (2015–2017) umgesetzt wurden.
- 37 Vgl. Erdmann, J./ Brüggem, N. (2023): Digital Streetwork. Bericht der wissenschaftlichen Begleitung des Modellprojektes in Bayern im Jahr 2022. München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, S. 5.
- 38 Vgl. Lutz, J./ Erdmann, J./ Degen, K. (2023): Qualitätsstandards für Digital Streetwork. Empfehlungen des Bayerischen Jugendrings für Träger von Jugendhilfe zur Umsetzung von Digital Streetwork nach § 85 Abs. 2 Nr. 1 SGB VIII. München: Bayerischer Jugendring. https://shop.bjr.de/media/pdf/91/a9/ef/2024-01-10-Qualitätsstandards-Digital-Streetwork_final.pdf [05.06.2024]
- 39 Vgl. Neuburg, F./ Kühne, S./ Reicher, F. (2020): Soziale Netzwerke und Virtuelle Räume: Aufsuchendes Arbeiten zwischen analogen und digitalen Welten. In: Diebäcker, M./Wild, G. (Hrsg.): Streetwork und Aufsuchende Soziale Arbeit im öffentlichen Raum. Wien: Springer, S. 167–184, S. 173 f.
- 40 Vgl. ebd.
- 41 Vgl. ebd.
- 42 Vgl. Hagemeyer, A./ Stuiber, A. (2020): Online-Streetwork. Ein erweiterter Ansatz der aufsuchenden Jugendarbeit & Radikalisierungsprävention. Eine Handreichung für Multiplikator*innen. Streetwork@Online (Hrsg.). Berlin. https://dd89d373-3b77-4fd6-92e4-0c99534402dc.filesusr.com/ugd/28792d_75efd1c027d24fb79ecbb-21483f8a2c9.pdf [17.01.2024], S. 7.
- 43 Vgl. Neuburg/Kühne/Reicher 2020, S. 174.
- 44 Vgl. ebd.

- 45 Vgl. ISS e. V. 2023; Stieler, M. (2022): Streetwork goes online. Aufsuchende Arbeit in und mit Social Media. Kurzvortrag auf dem 15. Fachforum Onlineberatung. https://fachforum-onlineberatung.de/wp-content/uploads/2022/09/Stieler_Kurzvortrag_Digital-Streetwork.pdf [05.12.2023]
- 46 Vgl. Pingel A./ Rieker, P. (2002): Pädagogik mit rechtsextrem orientierten Jugendlichen. Ansätze und Erfahrungen in der Jugendarbeit. Leipzig: DJI, S. 98.
- 47 Vgl. Greuel, F. (2022): Das Praxisfeld der (pädagogischen) Prävention von Rechtsextremismus in Deutschland. In: Milbradt, B./ Frank, A./ Greuel, F./ Herding, M. (Hrsg.): Handbuch Radikalisierung im Jugendalter. Phänomene, Herausforderungen, Prävention, S. 299–311. Opladen: Barbara Budrich, S. 307.
- 48 Vgl. Feierabend et al. 2022.
- 49 Vgl. Tillmanns, K./ Brüheim, T. (2017): Serious Games: Die Motoren der Spielindustrie von morgen. <https://www.kulturrat.de/themen/kulturgut-computerspiele/serious-games/> [16.01.2024]
- 50 Vgl. Geier, S. (2020): Serious Games. Spielerisch lernen – nur unterhaltsam oder auch effektiv? BR alpha. <https://www.br.de/fernsehen/ard-alpha/sendungen/campus/serious-games> [22.08.2023]
- 51 Vgl. ebd.
- 52 Vgl. Tillmanns/Brüheim 2017.
- 53 Vgl. ISS e. V. 2023; Ziegler/Brodführer/Johansson 2021; ISS e. V. – Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik (Hrsg.) (2019): Abschlussbericht zum Berichtszeitraum 01.01.2018–31.12.2019 der Wissenschaftlichen Begleitung des Programmbereichs „Stärkung des Engagements im Netz – gegen Hass im Netz“ im Bundesprogramm „Demokratie leben! Aktiv gegen Rechtsextremismus, Gewalt und Menschenfeindlichkeit“. Frankfurt (Main). https://www.issffm.de/fileadmin/assets/veroeffentlichungen/downloads/Abschlussbericht_Engagement_im_Netz2019a.pdf [17.01.2024]
- 54 Vgl. RAN – Radicalisation Awareness Network (2020): Der Wesenskern digitaler Arbeit: Tipps für praktisch Tätige. Bericht der RAN-Arbeitsgruppen YF&C und C&N. https://home-affairs.ec.europa.eu/document/download/36220c8c-15de-42a9-81f5-a387411de827_en [18.06.2024], S. 9.
- 55 Vgl. Kutscher, N. (2020): „Digitalisierung in der Sozialen Arbeit“ im Kontext der Kinder- und Jugendhilfe. In: Jugendhilfe, H. 5/2020, Jg. 58, S. 477–483, S. 480.
- 56 Vgl. Jugend und Medien – Nationale Plattform zur Förderung von Medienkompetenzen (Hrsg.) (2016): Förderung von Medienkompetenzen in Institutionen für Kinder und Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen. Leitfaden zur Standortbestimmung. Bern: BBL. https://www.bundespublikationen.admin.ch/cshop_mimes_bbl/8C/8CD4590EE41ED6AC91A2D-2C2B87A8A.pdf [04.04.2024], S. 14.
- 57 Vgl. als Beispiel hierzu Pfeffer-Hoffmann, C. (2023): Digital Streetwork im Projekt Fem.OS. Beratungsarbeit in den sozialen Medien als Wegweiser für Migrantinnen. Berlin: Minor – Projektkontor für Bildung und Forschung. https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2023/09/Fem.OS_Abschlusspublikation_23-09-13.pdf [16.01.2024]
- 58 Vgl. z. B. für die Distanzierungsarbeit: KNIX – Kompetenznetzwerk „Islamistischer Extremismus“ (2021): Handreichung zur digitalen Distanzierungsarbeit. Erkenntnisse, Expertisen und Entwicklungspotenziale. Berlin: VPN. <https://knix.de/download-publication/6962> [19.06.2024], S. 40.
- 59 Vgl. ISS e. V. 2023, S. 36f.
- 60 Vgl. Hasebrink, U./ Hölig, S./ Wunderlich, L. (2021): #UseTheNews. Studie zur Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, April 2021 (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts | Projektergebnisse Nr. 55). DOI: <https://doi.org/10.21241/ssoar.72822> [17.01.2024]; Wunderlich, L./ Hölig, S. (2022): Social Media Content Creators aus Sicht ihrer jun-

gen Follower. Eine qualitative Studie im Rahmen des Projekts #UseTheNews. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut.<https://doi.org/10.21241/ssoar.81872> [16.01.2024]

- 61 Vgl. Lehmann, R./ Albrecht, J./ Domes, M./ Petric, R./ Bradl, M./ Burghardt, J./ Kiener, D./ Stieler, M./ Widerhold, J.-P./ Zauter, S. (2021): Gutachten über die Einsatzmöglichkeiten von Künstlicher-Intelligenz-Software in aufsuchenden, digitalen Angeboten der Migrationsberatung. Berlin: Minor – Projektkontor für Bildung und Forschung. https://minor-kontor.de/wp-content/uploads/2022/05/Minor_Fem.OS_Gutachten_Kuenstliche_Inteligenz_in_der_Migrationsberatung_2021.pdf [16.01.2024]
- 62 Vgl. Steiner, O./ Tschopp, D. (2022): Künstliche Intelligenz in der Sozialen Arbeit. Grundlagen, Entwicklungen, Herausforderungen. In: Sozial Extra, 6, S. 466–471, S. 469f.

Kurzprofil

Das Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e.V. (ISS) ist ein unabhängiges Praxisforschungs- und Beratungsinstitut, spezialisiert auf sozial- und gesellschaftspolitische Handlungsfelder. Das Institut wurde im Jahr 1974 vom Bundesverband der Arbeiterwohlfahrt (AWO) gegründet und ist seit 1991 als rechtlich selbständiger gemeinnütziger Verein organisiert. Das ISS hat zum Ziel, relevante Lösungsansätze für eine soziale, gerechte und demokratische Gesellschaft zu entwickeln.

Wir transferieren wissenschaftlich fundierte Informationen in praxisrelevantes Wissen.

FORSCHEN

Praxisforschung: Wir führen wissenschaftliche Begleitungen und Evaluationen von Programmen und Maßnahmen u. a. in den Bereichen Aktives Altern, Armut, Demokratieförderung, Einsamkeit, Gleichstellung, Inklusion oder auch Jugend- und Familienhilfe durch. Wir identifizieren gesellschaftlich relevante Fragestellungen und schaffen wissenschaftlich fundierte Datengrundlagen zur Generierung von Handlungsoptionen und -strategien. Zusätzlich erforschen wir die Lebenssituationen spezifischer Zielgruppen, um Benachteiligungen und Ressourcen sichtbar zu machen.

BERATEN

Politikberatung: Basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen beraten wir (fach-)politische Entscheidungsträger*innen und Mitarbeitende in Behörden auf Bundes-, Länder- und kommunaler Ebene bei der Gestaltung sozialer Politik und entsprechender Programme sowie Maßnahmen. Wir legen Wert auf Abwägung zwischen Notwendigem und Machbarem, stehen für Standards ein und sind verlässliche Partner in der Zusammenführung von Perspektiven.

Weiterbildung und Organisationsentwicklung: Wir sind bestrebt, die Qualität sozialer Dienstleistungen stetig weiterzuentwickeln und bieten hierzu qualifizierende Fort- und Weiterbildungen für (leitende) Fachkräfte der Sozialen Arbeit an. In der Organisationsentwicklung von Fachabteilungen der Sozialverwaltung richten wir den Blick auf Arbeitsorganisation, Leitungshandeln, Teambildung und aktuelle Herausforderungen wie den Fachkräftemangel.

GESTALTEN

Transfer: Wir legen großen Wert darauf, die Ergebnisse unserer Arbeit zugänglich zu machen, um zur Handlungsmotivation beizutragen. Wir veröffentlichen daher Evaluationsberichte, Expertisen, Handreichungen und Fachartikel. Zudem engagieren wir uns in Redaktionen von Fachzeitschriften und nehmen aktiv an Tagungen und Konferenzen teil. Unser Ziel ist es, der (Fach-)Öffentlichkeit Einblicke in aktuelle gesellschaftliche und fachpolitische Entwicklungen zu vermitteln.

Interdisziplinäre Zusammenarbeit: Am Puls der Zeit verfolgen wir aufmerksam die neuesten Entwicklungen in den sozialpolitischen Diskussionen und pflegen sowohl innerhalb des ISS als auch extern einen regen Wissensaustausch mit u.a. Fachgremien und Praxisorganisationen, Europäischen Institutionen, Ministerien, NGOs sowie Universitäten. Dadurch stellen wir sicher, dass wir auftragsunabhängig wissen, was sozialpolitisch diskutiert wird.

Internationale Aktivitäten: Wir erweitern unseren Blick über nationale Grenzen hinaus und bleiben über europäische Impulse auf dem aktuellen Stand. Durch unsere Einbindung in europäische Projekte und das fortlaufende Monitoring relevanter Themen und globaler sozialer Herausforderungen durch die Beobachtungsstelle für gesellschaftspolitische Entwicklungen in Europa fördern wir den transnationalen Austausch von Wissen.





Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e. V.

Hauptsitz

Zeilweg 42 — 60439 Frankfurt a. M.

Postanschrift

Postfach 50 01 51 — 60391 Frankfurt a. M.

E-Mail info@iss-ffm.de

Telefon 069 957 89-0

Standort Berlin

Lahnstraße 19 — 12055 Berlin

Telefon 030 616 71 79-0

www.iss-ffm.de