

#TellMeMore – Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Projektreport und Handout für Multiplikator*innen

<u>Projekt</u>	S. 02
<u>Ziele</u>	S. 03
<u>Content</u>	S. 04
POV & Skit	S. 05
Straßenfrage	S. 06
Q&A	S. 07
Erklärvideo	S. 08
Podcast	S. 09
<u>Community</u>	S. 15
<u>Performance</u>	S. 16
<u>Fazit</u>	S. 22



Projekt

„Corona ist ein Plan, um die Menschheit zu minimieren. Das wird mir auch erzählt.“ Diese Aussage eines 16-jährigen Schülers, den wir in Berlin vor dem Görlitzer Park treffen, gibt bereits Aufschluss darüber, mit welchen Verschwörungserzählungen Jugendliche und junge Erwachsene in ihrem privaten Umfeld konfrontiert sind. Sie zeigt: Was in Politik und Medien diskutiert wird, findet vor allem parallel dazu auch „hinter den Kulissen“ statt: an Küchentischen, bei Familienfesten, oder im Klassenzimmer.

Familie und Freund*innen sind zunehmend mit Herausforderungen konfrontiert, wenn Personen aus ihrem Umfeld Verschwörungserzählungen Glauben schenken. Globale Krisen und Kriege, seien es die Covid-19 Pandemie oder der russische Angriffskrieg auf die Ukraine, führen immer wieder zur Reproduktion und zum Aufflammen altbekannter Narrative über geheime Verschwörungen, böse Pläne und reiche Eliten. Diese Weltanschauungen ziehen sich, zumeist als antisemitische Erzählungen, quer durch alle Gesellschaftsschichten. Angehörige und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen fühlen sich dabei häufig hilflos und überfordert – es fehlt ihnen an Handlungsoptionen und Unterstützung.

Das Projekt *#TellMeMore – Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken*, wurde 2023 ins Leben gerufen, um online genau diese Unterstützung anzubieten. Im Zentrum des Projektes stand die Stärkung von Angehörigen und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen. Mit dem Projekt wollten wir vor allem jungen Menschen Handlungsoptionen aufzeigen, wenn sie sich als Betroffene vor der schwierigen Aufgabe wiederfinden, zwischen Sorge um die Beziehung zur geliebten Person und dem Bedürfnis nach Grenzen und Selbstschutz abzuwägen. *#TellMeMore* fand hierfür in den Jahren 2023 und 2024 vornehmlich auf *TikTok*, *Instagram Reels* und *YouTube Shorts* statt, um dort anzusetzen, wo sich Jugendliche in ihrer Freizeit viel aufhalten: in den sozialen Medien, vor allem auf Kurzvideoplattformen. Hier sollten Vorschläge zum Umgang mit Verschwörungsglauben in Familie und Freundeskreis aufgezeigt und ein Raum für Identifikation und Austausch geschaffen werden, sodass sich Betroffene gegenseitig stärken können und sich ermutigt fühlen, bestehende Beratungsangebote in Anspruch zu nehmen.

#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Ziele

Handlungsoptionen

Das zentrale Ziel des Projekts war es, Angehörigen und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen praktische Hilfe und Unterstützung zu bieten. Ein Schwerpunkt lag darauf, ihnen mit niedrighschwelligen Social-Media-Inhalten hilfreiche Tipps und Handlungsoptionen an die Hand zu geben, wie sie mit belastenden Situationen umgehen können. Hierfür wurde mit der Berliner Beratungsstelle *entschwört.* kooperiert, die Betroffene kostenlos und vertraulich zu Verschwörungsmymthen im persönlichen Umfeld berät. Es sollte vermittelt werden, wie sie in einem Balanceakt zwischen dem Bewahren der Beziehung und dem Setzen klarer Grenzen agieren können. Dabei ging es nicht nur um theoretische Anleitungen, sondern auch um konkrete, alltagsnahe Tipps, die es ermöglichen, Konflikte zu entschärfen und langfristig bessere Kommunikationswege zu finden.

Raum für Austausch und Identifikation

Ein weiteres zentrales Ziel war der Aufbau eines Raums für den Austausch. Angehörige sollen die Möglichkeit haben, einander zu unterstützen, Erfahrungen zu teilen und sich gegenseitig Rat zu geben. Oft fühlen sich Betroffene allein mit ihren Problemen und verspüren Scham, sich anderen mitzuteilen – das Projekt wollte Identifikationsräume schaffen, in denen sie sehen können, dass sie mit ihren Herausforderungen nicht allein sind. Durch die Bereitstellung von Erfahrungsberichten und die Möglichkeit, Fragen zu stellen, wurde ein offener Dialog gefördert, der auch emotional entlastend wirkt.

Darüber hinaus sollte eine Online-Community entstehen, die auf Solidarität und gegenseitiger Stärkung beruht. Diese Community dient als Ort, an dem sich Betroffene unterstützen können und das Gefühl vermittelt bekommen, gemeinsam gegen die Herausforderungen des Verschwörungsglaubens anzugehen.

Sensibilisierung

Neben der Unterstützung Angehöriger von Verschwörungsgläubigen verfolgte *#TellMeMore* auch das Ziel, das allgemeine Bewusstsein für das Thema Verschwörungsglauben zu schärfen. Dies beinhaltet die Aufklärung über Verschwörungsideologien und wie man ihnen effektiv begegnen kann. Die Sensibilisierung der Gesellschaft für diese Phänomene trägt dazu bei, Vorurteile abzubauen, handlungsfähiger zu werden und ein besseres Verständnis für die Dynamiken hinter solchen Überzeugungen zu schaffen.

Beratung

Außerdem sollte im Rahmen des Projektes auf bestehende Beratungsangebote hingewiesen werden, die sich explizit an das Umfeld von Verschwörungsgläubigen richten. Hierzu zählen insbesondere kostenfreie, niedrighschwellige Beratungsmöglichkeiten in Berlin sowie bundesweite Beratungsstellen. Diese Angebote sollen den Betroffenen helfen, professionelle Unterstützung zu finden und konkrete Handlungsempfehlungen zu erhalten. Unsere Kooperationspartner*innen bei *entschwört.* beraten hier bedarfsorientiert kurz- und langfristig.

#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Content

Um die junge Zielgruppe anzusprechen, setzte das Projekt auf plattformgerechte Kurzvideos, die auf *TikTok*, *Instagram*, *Facebook* und *YouTube Shorts* verbreitet wurden. Einen besonderen Fokus setzte *#TellMeMore* hierbei auf *TikTok*, da die derzeit immer noch schnellstwachsende Plattform die jüngsten Nutzer*innen hat und die Eigenheiten des Algorithmus auch neuen Creator*innen eine schnelle und weite Verbreitung des eigenen Contents ermöglicht. Die produzierten Inhalte umfassten verschiedene Formate wie sketchartige POVs (Point of View) und Skits (Darstellung eines Dialogs durch nur eine/n Darsteller*in), Straßenumfragen, Q&As, Erklärvideos und Teaser für mehrere Podcast-Folgen. Insgesamt wurden 37 Videos in über 130 Posts auf den verschiedenen Plattformen veröffentlicht, die typische familiäre Konfliktsituationen rund um Verschwörungsglauben thematisierten.

Besondere Aufmerksamkeit galt hier auch immer der Interaktion mit der Community: Neben Kommentaren und DMs wurden User*innen durch Call-to-Actions (CTAs) dazu ermutigt, ihre Meinungen, Erlebnisse und Perspektiven direkt in die Kommentare einzubringen, um so einen kontinuierlichen Dialog zu fördern. Themenbezogene Fragen der Nutzer*innen wurden vereinzelt durch Videoantworten einer Beraterin von *entschwört.* beantwortet.

Bei der Erstellung der Inhalte wurde auf die Einhaltung bekannter Kriterien für erfolgreiche Kurzvideos geachtet, um den Sehgewohnheiten junger Menschen und dem Bewertungssystem der Algorithmen gerecht zu werden (siehe *Playbook*).

#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Playbook

4

Schneller Einstieg:

Da Nutzer*innen oft innerhalb der ersten Sekunden entscheiden, ob sie ein Video weiter ansehen, ist es wichtig, sofort das Interesse zu wecken. Lange Einleitungen sollten vermieden werden.

Aktuelle Trends nutzen:

Die Integration von aktuellen Trends, Challenges oder beliebten Hashtags erhöht die Sichtbarkeit und Relevanz des Videos. Dies kann die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass das Video viral geht.

Authentizität und Originalität:

Nutzer*innen schätzen authentische und kreative Inhalte. Videos sollten nicht zu gestellt wirken und eine persönliche Note haben, um eine Verbindung zum Publikum herzustellen. Ein gewisser Trash-Faktor kann den Inhalten zuweilen besonderen Charme verleihen.

Bild-/ Tonqualität:

Obwohl Authentizität wichtig ist, sollten Videos dennoch eine gute Bild- und Tonqualität aufweisen. Klare Aufnahmen und verständlicher Ton tragen zu einer angenehmeren Rezeption bei.

Einsatz von Musik und Soundeffekten:

Die Verwendung passender Musik oder Soundeffekte kann die emotionale Wirkung des Videos verstärken und die Aufmerksamkeit der Zuschauer*innen erhöhen.

Klare Botschaft und Call-to-Action (CTA):

Das Video sollte eine klare Botschaft vermitteln und die Zuschauer*innen zu einer Handlung auffordern, sei es das Folgen des Accounts, das Teilen des Videos oder das Besuchen einer Website.

Optimale Videolänge:

Kurzvideos sollten prägnant sein. Während Instagram Reels bis zu 90 Sekunden dauern können, sind bei TikTok mittlerweile Uploads über 10 min möglich, mit steigender Videodauer steigt jedoch auch der Anspruch an die Dramaturgie. Wie lange an ein Video angeschaut wird, ist ein wichtiges Kriterium für die weitere Verbreitung des Videos durch den Algorithmus.

Interaktion fördern:

Durch Fragen, Umfragen oder Aufforderungen in der Videobeschreibung kann die Interaktion mit den Zuschauer*innen gesteigert werden, was sich positiv auf die Reichweite auswirkt.

Bekannte Gesichter:

Durch populäre Moderator*innen oder Gäste lässt sich auch Interaktion und höhere Wiedergabedauer generieren.

POVs & Skits

Humor als Methode

Die POVs und Skits wurden in der Annahme geskriptet, dass *TikTok*-Videos eine wirksame Methode darstellen könnten, um Betroffene in Konfliktsituationen mit verschwörungsgläubigen Elternteilen zu unterstützen. Der humorvolle Ansatz sollte dazu beitragen, Erfahrungen zu normalisieren und das Gefühl der Isolation zu reduzieren, indem sie verdeutlichen, dass vergleichbare Herausforderungen weit verbreitet sind. So sollten Spannungen abgebaut und die Resilienz und das Selbstbewusstsein der Zielgruppe gestärkt werden. Durch die humorvolle Darstellung sollte außerdem eine präventive Wirkung erzielt werden, indem besonders junge Menschen niedrigschwellig angesprochen und für die Absurdität und Risiken von Verschwörungserzählungen sensibilisiert werden. Die fiktiven Konflikte und Charaktere in POVs und Skits basieren auch auf gängigen Konfliktsituationen und Personas, wie sie uns aus dem Beratungsalltag unserer Kooperationspartnerinnen bei *entschwört*. geschildert wurden.

In der POV-Reihe „Eso-Mama“ begleiten Zuschauende eine jugendliche Person, die sich mit ihrer Mutter auseinandersetzen muss, die immer tiefer in esoterische und verschwörungsideologische Denkweisen abrutscht. In vier kurzen Videos wird aus Perspektive des Kindes gezeigt, wie die Mutter von anfänglichem Interesse an alternativer Medizin und Esoterik schließlich in eine radikale Ablehnung von Wissenschaft und Medizin abgleitet. Am Ende steigert sie sich so weit hinein, dass sie sich nur noch von Licht ernähren möchte und eine unsichtbare, vermeintlich mächtige Gruppe für alles Unheil auf der Welt verantwortlich macht.

In der Skit-Reihe „Reichsbürger-Daddy“ wird in drei Videos die zunehmende Entfremdung einer Tochter von ihrem verschwörungsgläubigen Vater dargestellt. Das Format zeigt im Dialog, wie der Vater durch Chatgruppen immer mehr der Reichsbürger-Ideologie verfällt und sich zunehmend von seiner Tochter und der Außenwelt abschottet. Im Verlauf der Videos wird deutlich, wie sehr die Tochter unter der Radikalisierung des Vaters leidet und wie stark die anfänglich gute Beziehung dadurch belastet wird. Hier werden auch Beweggründe aufgegriffen, warum sich Menschen Verschwörungserzählungen zuwenden. Im Fall der Rolle des Vaters wird angedeutet, dass er sich von der Arbeitssuche resigniert abwendet und Schuldige und neue Aufgaben im Verschwörungsglauben zu suchen beginnt.



#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken



Straßenumfragen

Das Format der Straßenumfrage ist auf *TikTok* und anderen Kurzvideoplattformen sehr bekannt und beliebt. Content-Creator*innen sind darin häufig in Fußgängerzonen oder auf belebten Plätzen unterwegs und stellen den Passant*innen verschiedene Fragen. Besonders beliebt sind kurze Umfragen zum Allgemeinwissen oder die Frage zum Umgang mit verschiedenen Lebenssituationen. Für *#TellMeMore* wurden Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 25 Jahren zu ihrem Umgang mit Verschwörungserzählungen befragt. Es ging in den Umfragen darum, welche Narrative sie kennen, ob sie persönlich mit Menschen in Kontakt stehen, die solche Erzählungen verbreiten und schlussendlich auch um ihren persönlichen Umgang mit entsprechenden Situationen.

Alle Befragten konnten auf Anhieb etwas mit den Fragen anfangen und waren bereits mit Verschwörungsnarrativen in Berührung gekommen – ob in der Familie, im persönlichen Umfeld oder auch in der Schule. Viele berichteten, dass sie sich von solchen Erzählungen eher distanzieren und bei Diskussionen heraushalten würden. Auf die Frage, was sie Freund*innen raten würden, die durch Verschwörungserzählungen von Angehörigen belastet sind, schlugen die meisten ein empathisches Gespräch mit der Person vor und waren bereit, zu diskutieren. Doch auch die Notwendigkeit, sich gegebenenfalls abzugrenzen, betonten einige. Die Gespräche zeigten jedoch auch, dass viele nicht von den Beratungsangeboten bei *entschwört.* oder anderen Trägern wussten, diese jedoch für sehr sinnvoll hielten.

2023 und 2024 führte *#TellMeMore* ähnliche Umfragen auf der *TINCON*, einer Konferenz für digitale Jugendkultur, durch. Dort wurden gezielt bekannte TikToker*innen wie Susanne Siegert (@keine.erinnerungskultur), Tara-Louise Wittwer (@wastarasagt), Fabian Grischkat (@fabiangrischkat) und andere angesprochen und ähnliche Fragen, wie bereits in den Straßenumfragen gestellt. Durch diese Videos, in denen bekannte Influencer*innen und „normale“ Passant*innen über ihre Erfahrungen und ihren Umgang mit Verschwörungsglauben sprechen, sollte der Online-Community vermittelt werden, dass das Problem „Verschwörungsglaube im persönlichen Umfeld“ einen Großteil der Gesellschaft betrifft und dazu beitragen, sich von der Scham, darüber zu sprechen, zu lösen. Gerade in der Anfangsphase des Projekts konnten wir hier auch von der Social-Media-Reichweite der befragten Influencer*innen profitieren, wenn diese mit unseren Beiträgen nach ihrer Veröffentlichung auf TikTok und Co interagierten.

#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Report / Handout

Q&A

Im Q&A-Format nutzte #TellMeMore die Interaktionsmöglichkeiten von TikTok, um gezielt auf Kommentare und Nachfragen der User*innen einzugehen. Diese Funktion erlaubt es, auf Kommentare mit neuen Videos zu antworten, was durch eine „Belohnung“ des Algorithmus nicht nur die Reichweite erhöht, sondern auch einen direkteren Dialog mit der Community ermöglicht.

In Zusammenarbeit mit *entschwört.* wurden verschiedene Videos produziert, um auf dringende Fragen der User*innen einzugehen. Diese berichteten bspw. von Eltern und ihrer Angst vor Impfungen, von Freund*innen, die kaum noch für vernünftige Argumente zugänglich sind, oder von älteren Geschwistern, die dem Glauben an QAnon-Verschwörungsmmythen verfallen sind.

Durch die direkte Ansprache im Q&A-Format wurden in kurzen, prägnanten Videos hilfreiche Ratschläge angeboten, die im erfahrenen Beratungsteam von *entschwört.* erarbeitet wurden und die Betroffenen Orientierung und Unterstützung im Umgang mit ihren verschwörungsgläubigen Angehörigen geben und zur Inanspruchnahme des tiefergehenden Beratungsangebots der Kooperationspartner*innen motivieren sollten.



#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Erklärvideos

Im Rahmen der Produktion mehrerer Erklärvideos wurde mit der bekannten Tik-Tokerin Kim Ly Lam, besser bekannt als @kimchikohl, zusammengearbeitet. Kim Ly Lam klärt auf *TikTok* regelmäßig zu Themen wie Rassismus und Alltagsdiskriminierung auf. Das Format des Erklärvideos ist besonders beliebt bei politischen Bildner*innen und Aktivist*innen auf *TikTok*, da es ermöglicht, komplexe Themen kurz und prägnant zu erklären und dabei nützliche Fakten zu vermitteln. Außerdem werden Erklärformate oft an eine konstante Moderation, einen Host, gebunden, der einen Wiedererkennungswert der Inhalte gewährleistet und dadurch die Interaktion mit ihnen steigern kann. So konnte Kim Ly Lam sowohl als Gesicht für die Erklärvideos als auch als Produktionsberaterin gewonnen werden. Inhaltlich basieren die Clips auf einem Leitfaden der Beratungsstelle entschwört. und fassen wichtige Tipps zum Umgang mit Verschwörungsgläubigen zusammen. Dabei geht es unter anderem darum, wie man in ein Gespräch einsteigen kann, ohne dass es eskaliert, wie man respektvoll und offen miteinander kommuniziert oder wie man sich verhält, wenn vom Gegenüber Grenzen überschritten werden.



#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Podcast

In fünf Podcastfolgen wurde mit Betroffenen, Beratenden und Journalist*innen über das Thema Verschwörungsglauben und die besonderen Herausforderungen für Angehörige gesprochen. Die Gespräche bieten sowohl Einblicke in persönliche Erfahrungen sowie professionelle Perspektiven. Um die Podcasts einem breiteren Publikum zugänglich zu machen, wurden die Aufnahmen auch visuell festgehalten und kurze, plattformgerechte Videoausschnitte auf *TikTok* und anderen sozialen Medien veröffentlicht.

Diese kurzen Clips sollen neugierig machen und die Nutzer*innen dazu einladen, sich die vollständigen Folgen auf Spotify oder anderen Podcastplattformen anzuhören. Die kurzen, manchmal inhaltlich zugespitzten Clips sollten nicht nur Lust auf mehr machen, sondern auch durch eine hohe Wiedergabedauer (watchtime) und mehrfach wiederholte Abspielungen je Betrachter*in zu einer erhöhten Auspielung durch den Algorithmus an weitere Nutzer*innen führen.



#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Report / Handout

#01 – Leonie Löwenherz

In der ersten Folge des Podcasts kommt die Content-Creatorin, Journalistin und Aktivistin Leonie Löwenherz zu Wort, die vor allem zu queeren Themen arbeitet. Leonie spricht öffentlich darüber, dass sie den Kontakt zu ihrem Vater abbrechen musste, da er sich zunehmend in Verschwörungsideologien verstrickt hat. Im Podcast teilt sie ihre persönlichen Erfahrungen als Tochter eines verschwörungsgläubigen Vaters: Welche Diskussionen führten sie in der Vergangenheit? Wie hat sich das Verhältnis zu ihrer eigenen queeren Identität entwickelt? Und wie kam es zu dem Entschluss, den Kontakt abubrechen?

„Man kann versuchen, dagegen anzudiskutieren. Selbst das muss nicht jede Person machen. Man muss sich dem nicht ausliefern. Das ist emotional extrem belastend. Das kann sehr unangenehme Dinge mit einem tun. Auch dem muss man sich nicht ausliefern. [...] Auch für mich war ja der Punkt irgendwann, dass ich gemerkt habe, okay, meine mentale Gesundheit steht gerade diesem Aktivismus innerhalb meiner Familie gegenüber. Ich entscheide mich für meine mentale Gesundheit, zum einen das und zum anderen, ich entscheide mich, dass diese Kapazitäten, die ich brauche, die emotionalen Ressourcen, die Zeit, die Energie, die Recherche, die ich in eine Diskussion mit einer Person stecke, die nach vier Stunden immer noch nichts geändert hat, die stecke ich lieber in drei Videos und erreiche damit viel mehr Menschen und ändere vielleicht am Ende noch viel mehr.“





#02 – Ika Sperling

In dieser Folge ist die Comiczeichnerin Ika Sperling zu Gast, die im Rahmen ihrer Bachelorarbeit den Comic „Der große Reset“ gezeichnet hat. Der autofiktionale Comic erzählt von einem Mädchen, das zu einem belastenden Besuch bei ihrem verschwörungsideologischen Vater in ihr Heimatdorf zurückkehrt. Ika verarbeitet darin ihre eigenen Erfahrungen mit ihrem Vater, der zunehmend in Verschwörungsmythen abgedriftet ist. Sie spricht im Podcast darüber, wie sie mit dieser Situation umgegangen ist und teilt ihre persönlichen Erfahrungen mit Beratungsstellen, die ihr in dieser schwierigen Zeit geholfen haben.

*„Ich kann da aus meinen Erfahrungen und Beobachtungen sprechen, dass ich das Gefühl habe, [...] dass diese Verschwörungsgläubigen Angehörigen alle super unterschiedlich sind, aber oft zwei Sachen gemeinsam haben. Und das eine ist halt oft ein Misstrauen und eine Unsicherheit in Politik, in Institutionen und in Ämter. Und halt auch das Gefühl von „Politiker*innen haben nicht mein Wohlergehen in Interesse“ oder „ich bin der Politik egal“ oder „meine Bedürfnisse werden nicht gehört.“ Und halt dazu kommt halt diese fehlende Medienkompetenz. Also wirklich diese klassische Geschichte von Tante Erna kriegt ein Tablet geschenkt und kommt über Gartenvideos zu esoterischen Videos und darüber zu Verschwörungserzählungen. Das ist tatsächlich was, das einem sehr häufig begegnet.“*

#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Report / Handout

#03 – Sonja Marzock

In der dritten Folge wird an das Thema Beratung angeknüpft und Sonja Marzock, die die Beratungsstelle *entschwört* leitet, erzählt von ihrer Arbeit und mit welchen Ängsten, Fragen und Problemen die Menschen zu ihr kommen, die sich im persönlichen Umfeld mit Verschwörungsglauben konfrontiert sehen. Sonja gibt Einblicke in die Herausforderungen der Beratungsarbeit und wie sie Betroffene dabei unterstützt, mit den schwierigen familiären Dynamiken umzugehen.

„Letztlich kann man auch eine Beziehung nur retten, wenn da schon eine gute Beziehungsebene ist und auch die beidseitige Wertschätzung und das Bedürfnis, die Beziehung auch aufrechtzuerhalten. Ansonsten, wenn das Gegenüber auch die Grenzen nicht mehr achtet, mehrfach rote Linien überschreitet zum Beispiel, dann sind da mehrfach Grenzen überschritten und dann ergibt das ja auch irgendwann gar keinen Sinn mehr, den Kontakt aufrechtzuerhalten. Das ist dann schon das, was wir auch raten, da zu gucken, okay, was kann man selber eigentlich leisten? Was bringt dir die Beziehung, wie geht es dir damit? Werden deine Grenzen geachtet?“



#04 – Rosa Jellinek

In der vierten Folge ist die jüdische und queere Aktivistin und Content-Creatorin Rosa Jellinek zu Gast. Sie spricht darüber, wie es ist, die eigene jüdische und queere Persönlichkeit zu lieben, aber zugleich aufgrund dieser Identitäten zum Ziel von Verschwörungsmmythen und antisemitischen Anfeindungen zu werden. Rosa teilt ihre persönlichen Erfahrungen damit, „gemeint“ zu sein, und erzählt, wie es sich anfühlt, von Verschwörungserzählungen direkt betroffen zu sein. Zudem spricht sie über ihre Arbeit als politische Bildnerin auf der Plattform OY VEY!, wo sie in Kurzvideos über Verschwörungsmmythen aufklärt.

„Natürlich ist es extrem wichtig, gehört zu einer Demokratie, dass alle Menschen frei ihre Meinung äußern können, dass man für Vielfalt einsteht. Aber diese freie Meinungsäußerung funktioniert eben immer nur auf einem gewissen Spektrum und wenn diese freie Meinungsäußerung dazu führt, dass Leute massiv diskriminiert werden aus der Gesellschaft, ausgeschlossen werden und dann andere einfach sagen, 'naja, das ist halt deren Meinung', so darf das nicht funktionieren, weil man genau damit rechten und rechtsextremen Kräften das Feld frei macht, sich genau da reinzusetzen und zu sagen, 'ach, naja, das ist ja nur meine Meinung, wenn ich schwarze Menschen scheiße finde oder Jüdinnen und Juden' also, das überlässt ihnen so das Feld und bietet eben genau den Raum für die, sich immer weiter auszubreiten.“



#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Report / Handout

#05: Tobias Ginsburg

Die letzte Folge der Podcastreihe beschäftigt sich mit dem Schriftsteller, Theaterregisseur und Journalisten Tobias Ginsburg. Er hat sich undercover in rechte und verschwörungsideologische Milieus eingeschleust und berichtet im Podcast von seinen Erfahrungen mit Rechtsextremen, Verschwörungsideolog*innen und Reichsbürger*innen. Tobias erklärt, wie Verschwörungsideologien funktionieren, welche Rolle Antisemitismus dabei spielt und wie man Präventionsarbeit gegen Verschwörungsglauben leisten kann.

„Was soll man denn tun, wenn man jetzt sieht, wie Leute abdriften? Was kann ich tun, wenn ich sehe, dass rechtsextreme Netzwerke um sich greifen? Wenn Neonazi-Narrative im kuschelweichen, satten Bürgertum plötzlich Resonanz finden? [...] Ich kann versuchen zu verstehen, was zieht die Leute rein? Warum wirst du rechtsradikal? Warum wirst du ein Verschwörungsideologe? Warum nennst du dich plötzlich Querdenker und hisst die Reichskriegsflagge und sägst deine Schrotflinte ab und versteckst dich im Schrebergarten? Und ich glaube, mit dieser Empathie als Instrument, dem ehrlichen Verstehenwollen, hat man halt auch eine Möglichkeit, Leute rauszuholen ist immer schwierig, aber erstmal auch eine präventive Arbeit zu leisten.“



4. Community

Ein wesentlicher Baustein des Community-Buildings im Projekt *#TellMeMore* war die Förderung aktiver Interaktionen mit der Zielgruppe, aber auch mit anderen Akteuren der politischen Bildung und Demokratieförderung auf Social Media. Neben dem Austausch mit betroffenen User*innen über Kommentare und Formate stand auch das Networking mit anderen auf *TikTok* und *Instagram* aktiven Projekten im Fokus der Social Media Kampagne. Auf von *#TellMeMore* veranstalteten Social Media Stammtischen wurde sich über Formatideen, Verbreitungsstrategien ausgetauscht und sich zur gegenseitigen Unterstützung auf *TikTok* und Co. verabredet. Durch gegenseitiges Liken, Teilen und Kommentieren sollten Inhalte weiter verbreitet und Kommentarspalten positiv besetzt werden. Vor allem mit unserem Kooperationsprojekt *OY VEY!* des Trägers *Wertinitiative* pflegte *#TellMeMore* einen konstanten Austausch und gegenseitige Unterstützung.

Neben dem Aufbau der Community wurde ein besonderes Augenmerk auf die Moderation der Inhalte gelegt, um diskriminierende Kommentare zeitnah zu löschen und ggf. zu melden, um ein sicheres Umfeld zu schaffen. Hier galt es, vor allem in den Tagen nach der Veröffentlichung eines Videos die Kommentarspalte besonders im Blick zu behalten. Online-Gefahren, wie Shitstorms und andere Formen digitalen Hasses sind, gerade mit Blick auf das Ziel, einen sicheren Identifikationsraum für Betroffene zu schaffen, sehr ernst zu nehmen.

5. Performance

5.1 Kurzvideos

Die Social Media Analyse, durch *Fanpage Karma* und durch die manuelle Auswertung einzelner Accounts (Stand 08/2024), ergab, dass im Projektzeitraum 2023/2024 mit insgesamt 130 Posts über die Plattformen *TikTok*, *Instagram*, *Facebook* und *YouTube Shorts* eine Reichweite von 487.987 Personen erreicht werden konnten. Hierbei konnten bisher 17.502 Interaktionen gemessen werden. Ein Großteil der Views und Interaktionen konnten hier über die „ForYouPage“ (FYP) bei *TikTok* und den Feed bei *Instagram* generiert werden, was auch indiziert, dass die Inhalte „algorithmusgerecht“ gestaltet wurden.

Post-Interaktionsrate

Die Post-Interaktion zeigt, wie erfolgreich die einzelnen Posts User zur Interaktion animieren. Mit dieser Kennzahl kann man die Qualität der Posts untereinander vergleichbar machen. Zunächst addiert man alle Interaktionen, also Likes, Kommentare, Shares und Klicks. Danach teilt man das Ergebnis durch die Reichweite des Beitrags und multipliziert das Ergebnis mit 100. Das Ergebnis ist die Interaktionsrate in Prozent.

Hier ein Überblick, welche Interaktionsraten durchschnittlich und branchenunabhängig aktuell erreicht werden (*2024 Social Media Industry Benchmark Report, RivallQ*):

TikTok: 2,63 %
Instagram: 1,6 %
YouTube Shorts: 5,91 %

Werte, die darüber liegen, werten wir demnach als erfolgreich im Sinne der Social-Media-Ökonomie.

Top 10 Content nach Interaktionsrate*



#01



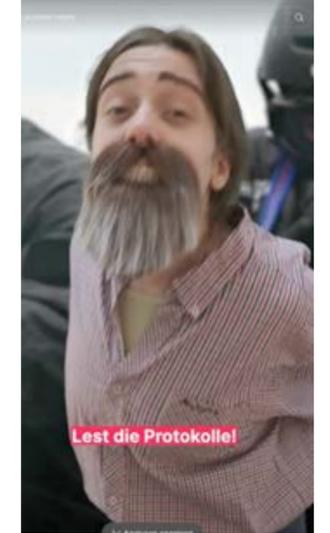
#02



#03



#04



#05



#06



#07



#08



#09



#10

*Klicken auf den Screenshot führt zum jeweilige Video auf *TikTok/Instagram*

#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

TOP 10 Content im Sinne der Projektziele*

Auswertung

Für die #TellMeMore Top 10 in puncto Interaktionsrate lassen sich folgende gemeinsame Eigenschaften und somit evtl. Erfolgsfaktoren bestimmen:

- kurze Dauer, meist unter 60 Sekunden, dadurch auch eine höhere durchschnittliche Wiedergabedauer
- Dichte Erzählstruktur
- Offene Fragen und Cliffhanger
- Starke bis extreme Situationsbeschreibungen in O-Ton und Caption
- Bekannte Gesichter

Durch die Auswertung der Kommentare konnte festgestellt werden, dass die Spitzenreiter in den Interaktionswerten, Leonie Löwenherz und Tobias Ginsburg, nicht die beste Performance im Sinne der von #TellMeMore gesteckten Ziele erzielten. Diese Ziele umfassen den Austausch unter Betroffenen, die Identifikation mit dem Content und die Mitteilung eigener themenbezogener Erlebnisse. Zwar wurden auch bei diesen Videos die gewünschten Interaktionen erreicht, jedoch waren sie relativ zur Anzahl der Kommentare niedriger als bei anderen Videos.. Gerade bei den Teasern für die Podcasts mit Leonie Löwenherz und Tobias Ginsburg mischten sich negative Interaktionen wie Beleidigungen und Hassrede in die Kommentare, was auch der Bekanntheit der Gäste und der mit ihnen verknüpften Themen geschuldet sein kann. Unter dem Strich erfüllten diese Clips jedoch auch ihre Funktion und es lässt sich vermuten, dass sie auch für einen großen Anteil der Hörerschaft der Podcasts bei *Spotify* und *Co* verantwortlich waren und die Aufmerksamkeit von der Kurzvideoplattform zum auditiven Langformat lockten.

Unter den ersten zehn Videos finden sich aber auch zwei der sketchartig produzierten Skits wieder. Hier ließ sich mitunter die erfolgreichste Interaktion im Sinne der Projektziele verzeichnen, User*innen berichteten ungezwungen über ihre eigenen Erlebnisse und Probleme mit Verschwörungsgläubigen und traten in den Austausch mit den Ersteller*innen und anderen Kommentierenden. Weitere Videos, die in diesem Sinne als erfolgreich zu bewerten sind, sind die folgenden:



#01



#02



#03



#04



#05



#06



#07



#08



#09



#10

*Klicken auf den Screenshot führt zum jeweilige Video auf *TikTok/Instagram*

#TellMeMore

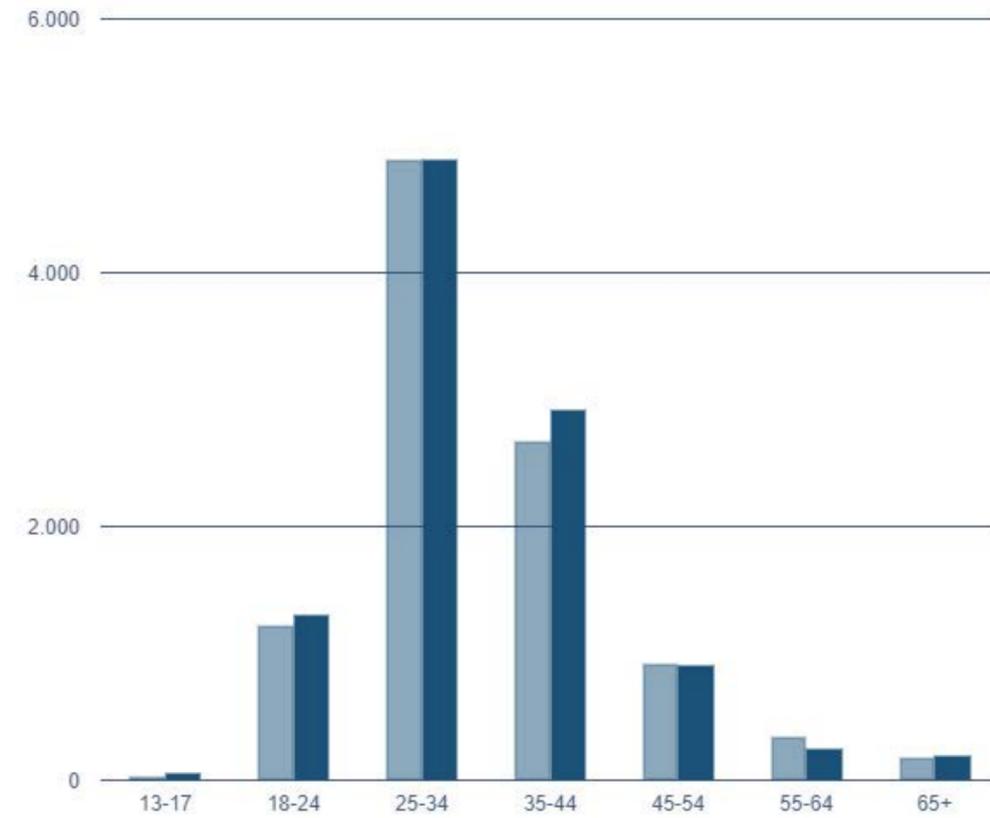
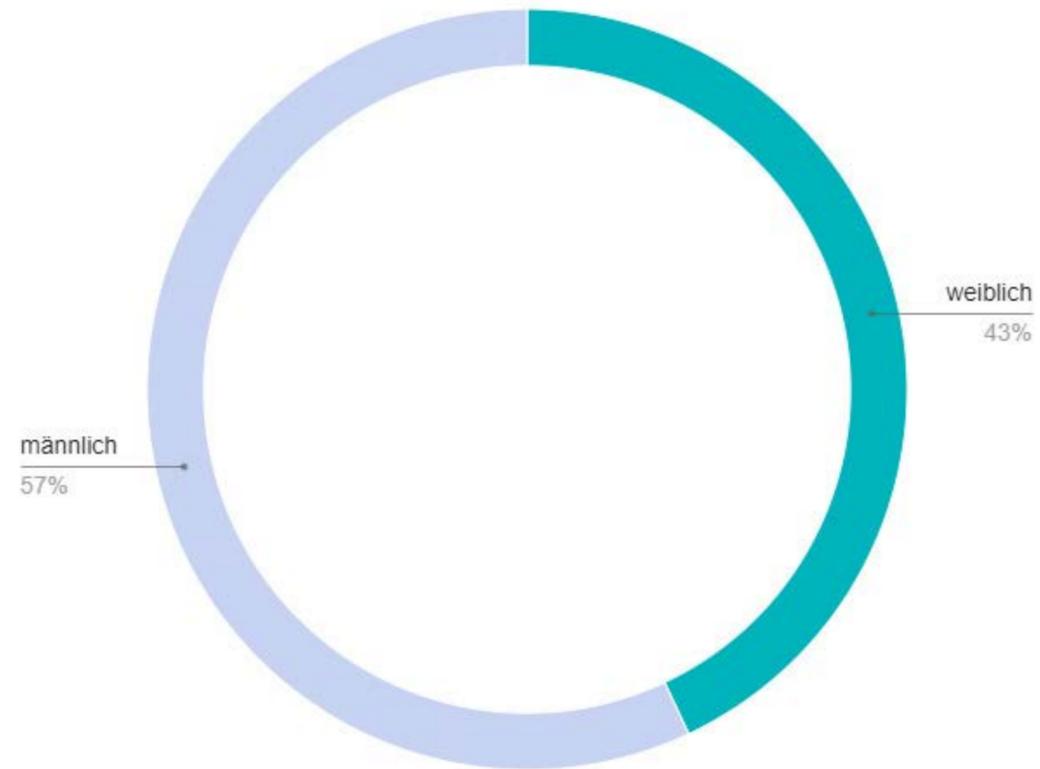
Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken



#TellMeMore

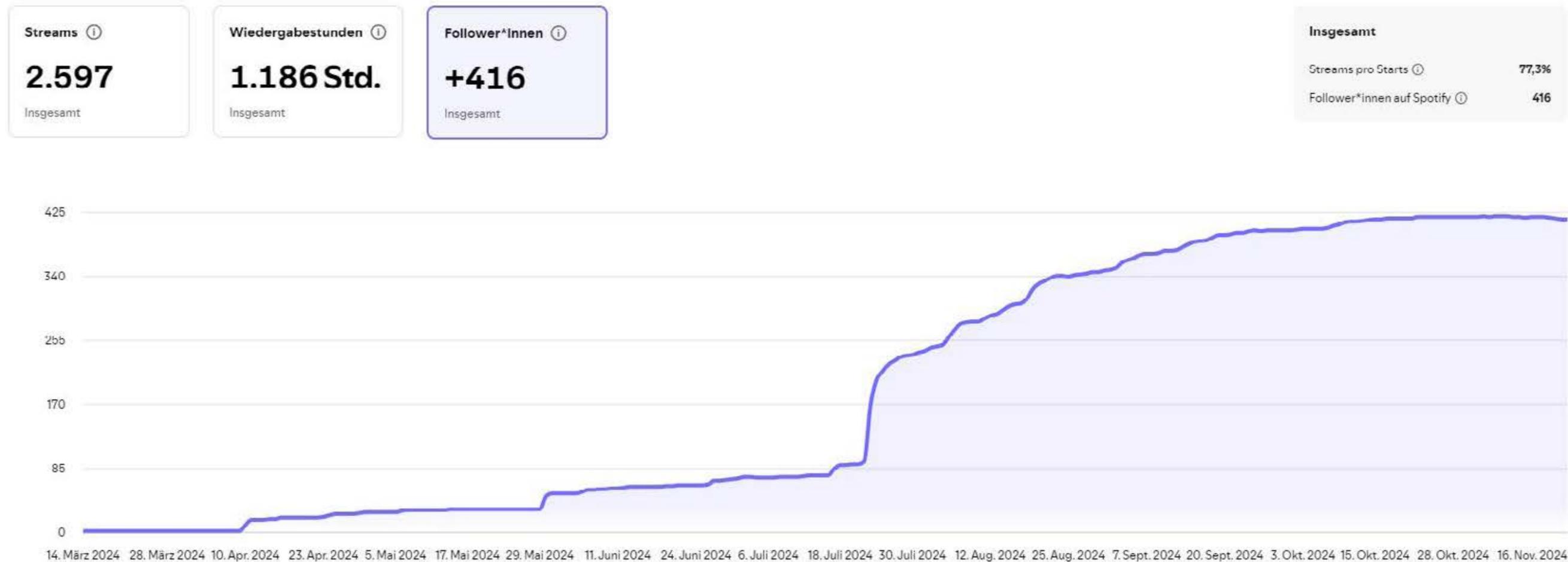
Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Wie man den Graphen entnehmen kann, konnte das Projekt die anvisierte jüngere Zielgruppe im dargestellten Geschlechterverhältnis erreichen.



5.2 Podcast

Im Zeitraum 2024 konnte zusätzlich zu den bereits genannten Sozialen Medien die Plattform *Spotify* mit insgesamt fünf Podcastfolgen von einer durchschnittlichen Dauer von 58 Minuten bespielt werden. Die Folgen wurden mit kurzen Videoclips, die während der Podcastaufnahme entstanden, auf Social Media beworben wurden. Hierbei konnten bisher allein auf *Spotify* 3.605 Wiedergaben und bisher insgesamt 1.181 Stunden Wiedergabezeit verzeichnet werden. Hieraus kann geschlossen werden, dass ca. ein Drittel aller Zuhörer den Podcast bisher bis zum Ende verfolgt haben. Die durchschnittliche Wiedergabedauer der einzelnen Folgen lässt sich leider nur für die ersten 7 Tage nach Veröffentlichung einsehen. Hier konnten jedoch alle Folgen einen sehr guten Durchschnittswert von 63,2 % erzielen.



#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Auswertung

Da es dem Projekt gelang, innerhalb eines halben Jahres eine Zuhörerschaft für die projektbezogenen Inhalt zu akquirieren, die – der Analyse und der hohen prozentualen Wiedergabedauer nach zu urteilen – offensichtlichen Gefallen an dem Format und Inhalt fand und wir Menschen dazu bringen konnten, bisher fast 1200 Stunden den Inhalten #TellMeMores zuzuhören, wäre das Projekt aus Sicht der Initiatoren als erfolgreich zu beurteilen. Leider konnten bisher aufgrund der Zurückhaltung der Zuhörer*innen bei der Bewertung der einzelnen Folgen durch Kommentare keine qualitativeren Rückschlüsse gezogen werden.

Wiedergaben ⓘ

3.646

Insgesamt

Wiedergaben pro Folge ⓘ

344

im Durchschnitt

Größe des Publikums ⓘ

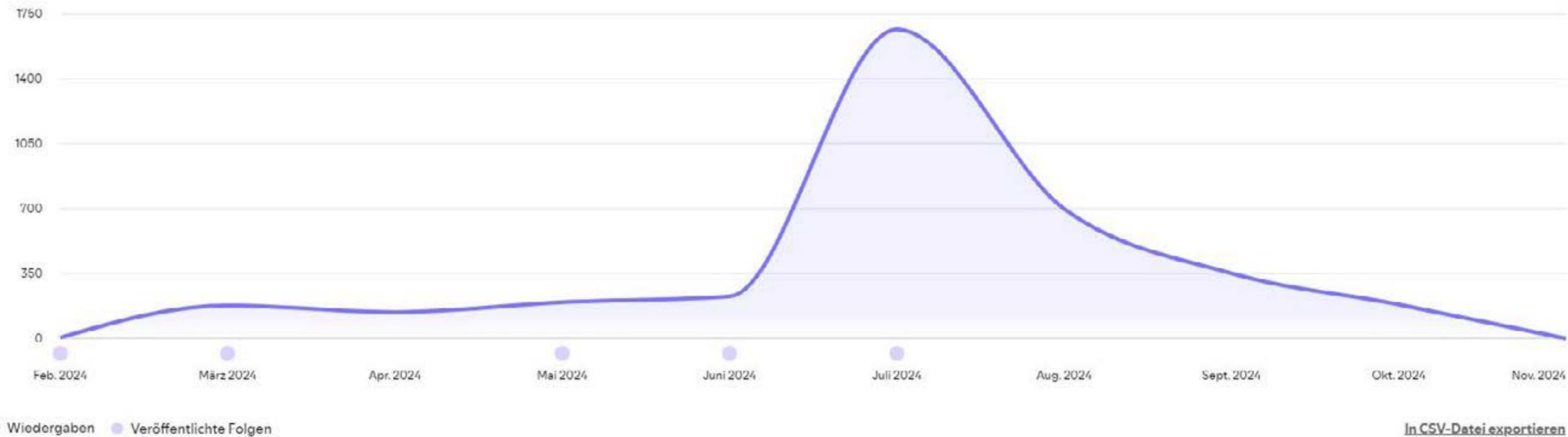
36

Letzte 7 Tage

Wiedergaben ⓘ

Insgesamt

Monatlich



#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken

Report / Handout

6. Fazit

Das Projekt *#TellMeMore* hat den Durchführenden gezeigt, dass es möglich ist, durch den Einsatz plattformgerechter und kreativer Inhalte junge Zielgruppen anzusprechen und Betroffenen niedrigschwellige Unterstützung zu bieten. Besonders die Kombination aus Humor, identifikationsstiftenden Formaten und fachlicher Beratung durch interaktive Funktionen der Plattform *TikTok* erwies sich hier als wirkungsvoll. Andere Akteure im Feld könnten folgende Ansätze an ihre spezifischen Kontexte und Zielgruppen anpassen, um ähnliche Wirkungen zu erzielen.

Plattformorientierte Ansprache:

Die Wahl von Kanälen, auf denen die Zielgruppen aktiv sind, erhöht die Reichweite und die Relevanz der Inhalte.

Authentizität und Identifikation:

Inhalte, die sich an realen Erfahrungen orientieren und eine persönliche Ansprache ermöglichen, fördern die Verbindung mit der Zielgruppe.

Humor als Zugang:

Humor kann helfen, sensible Themen zugänglicher zu machen und Spannungen abzubauen, ohne die Ernsthaftigkeit zu verlieren.

Kooperation mit Expert*innen:

Fachliche Unterstützung durch Beratungsstellen oder ähnliche Partner stärkt die Glaubwürdigkeit und verknüpft digitale Ansprache mit konkreten Hilfsangeboten.

Community-Management:

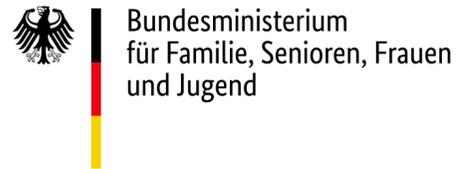
Eine moderierte, sichere Umgebung ermöglicht den offenen Austausch und schafft Vertrauen.

Impressum

*#TellMeMore - Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken* ist ein Projekt von *democ e. V.* in Kooperation mit der Beratungsstelle *entschwört. der pad – präventive, altersübergreifende Dienste im sozialen Bereich – gGmbH* und der *Mobilien Beratung gegen Rechtsextremismus in Berlin (MBR)*, der *Fachstelle für Politische Bildung und Entschwörung der Amadeu Antonio Stiftung*, und dem Projekt *OY VEY!* der *WertelInitiative*.

Gefördert wird das Projekt im Rahmen des Bundesprogramms „Demokratie leben!“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und durch die Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung im Rahmen des Landesprogramms „Demokratie. Vielfalt. Respekt. Gegen Rechtsextremismus, Rassismus und Antisemitismus“.

Gefördert vom im Rahmen des Bundesprogramms



Demokratie *leben!*

Gefördert durch

im Rahmen von

BERLIN		
Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales, Gleichstellung, Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung		DEMOKRATIE. VIELFALT. RESPEKT. Das Landesprogramm gegen Rechtsextremismus, Rassismus und Antisemitismus

Herausgeber

democ e. V.
Postfach 440648
12006 Berlin

Mail: kontakt@democ.de
Telefon: 030/57712221

Erscheinungsjahr

2024

Verantwortlicher im Sinne des Presserechts

Stephan Cleef

Redaktion

Puneh Abdi, Stephan Cleef

Fotos, Collagen & Gestaltung

Stephan Cleef

Haftungsausschluss

Die Informationen in dieser Handreichung wurden nach bestem Wissen und Gewissen formuliert. Für die Vollständigkeit und Aktualität der Informationen übernimmt der Herausgeber keine Gewähr. Diese Publikation enthält Links zu Webseiten Dritter, auf deren Inhalt der Herausgeber keinen Einfluss hat. Deshalb kann dieser für diese fremden Inhalte auch keine Gewähr übernehmen. Für die Inhalte der angegebenen oder verlinkten Seiten ist stets der Anbieter oder Betreiber der jeweiligen Seiten verantwortlich. Für inhaltliche Aussagen trägt allein democ e. V. die Verantwortung. Die Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung des BMFSFJ oder des BAFzA dar. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autorinnen und Autoren die Verantwortung.

#TellMeMore

Familie und Freund*innen von Verschwörungsgläubigen stärken