

AKTIVISMUS IM ZEICHEN DER DIGITALISIERUNG

Workshop-Konzept und Umsetzungshinweise

Durchführungshinweise

Einleitung: Ziel des Workshops ist es, den Teilnehmenden einen motivierenden und aktivierenden Einblick in verschiedene Möglichkeiten des (Online-)Aktivismus zu vermitteln und ihnen hilfreiche Tools für die digitale Gestaltung von Kampagnen an die Hand zu geben. Der Workshop wird eingeleitet durch ein thematisch passendes Warm-up und ein interaktives E-Learning, welches eine grundlegende Einführung in (Online-)Aktivismus bietet und die Debatte um Klicktivismus bzw. Slacktivismus eröffnet. Im Kern des Workshops steht die Ideenfindung und Planung einer eigenen (Online-)Kampagne. Als Ergebnis des Workshops sollen konkrete Ideen und Vorhaben entwickelt werden und die Teilnehmenden können reflektieren, welche Form des Aktivismus für welches Thema besser oder schlechter geeignet ist und worin jeweils die Stärken und Schwächen der Aktionsform liegen.

Dauer:	3–3,5 Stunden ohne Pausen bei stringenter Moderation, kann mit optionalen Bestandteilen um ca. 1 Stunde verlängert werden.
Gruppengröße:	5–30 Personen Bei mehr als 20 Personen sollten eine zweite Moderation und eine um ca. 25 % erhöhte Durchführungszeit eingeplant werden.
Altersgruppen:	Ab ca. 12 Jahren
Vorbereitung:	Zur ausführlichen Vorbereitung bedarf es ca. 3–4 Stunden Einarbeitung in den Ablauf, die Materialien und die Tools. Die Einarbeitungszeit ins Thema hängt vom Vorwissen der Moderation ab.
Varianten:	<p>Präsenz-Workshop: Diese Variante ist vermutlich die am häufigsten gewählte. Hier kommen Moderation und Teilnehmende in einem Raum zusammen und arbeiten in einem klassischen Workshopformat, welches jedoch durchaus von digitalen Tools gestützt werden kann.</p> <p>Digitaler Workshop: Es ist auch eine ortsunabhängige, rein digitale Durchführung mittels Webinar- oder Webkonferenz-Software möglich. Hinweise zur digitalen Umsetzung, den damit verbundenen Herausforderungen und geeigneten Tools enthält der <u>Service-Bereich</u>. Der Ablaufplan orientiert sich im Folgenden an einer Durchführung als Präsenz-Workshop.</p>

Ausstattung & Material

Der Workshop kann je nach Interessen und Vorkenntnissen der Moderation und der Teilnehmenden sowie Zielsetzung eher klassisch in analoger Form oder digital mit Online-Tools (z. B. für Abstimmungen, kollaboratives Arbeiten, Wissensaustausch und Dokumentation) durchgeführt werden. Dazu gibt es innerhalb des Ablaufplans jeweils Hinweise unter dem Stichwort *digitale Variante*. Weiterführende Informationen zu den Tools finden Sie im Service-Bereich.

Der thematische Einstieg und die Vermittlung wichtiger Inhalte erfolgt in diesem Workshop in Form eines E-Learnings (digitaler Lerninhalt). Daher muss für die vollumfängliche Durchführung dieses Workshops eine ausreichend performante Internetverbindung für alle Teilnehmenden zur Verfügung stehen. Darüber hinaus müssen die Teilnehmenden ein digitales Endgerät (Laptop, Tablet oder Smartphone) nutzen können. In der Regel sollte hier auf das Konzept *Bring Your Own Device (BYOD)* gesetzt werden, d. h., alle bringen ihr persönliches Endgerät mit. Jedoch sollten für Teilnehmende ohne eigenes Endgerät einige Leihgeräte zur Verfügung stehen. Das E-Learning kann auch zu zweit absolviert werden, wenn nicht genügend Geräte vorhanden sind.

Empfohlen wird ein Mix aus analogen und digitalen Methoden, sodass methodische Abwechslung entsteht. Eine digitale Dokumentation der Arbeitsergebnisse ist insbesondere dann besonders hilfreich, wenn im Nachgang dieselben oder andere Teilnehmende noch weiter an den Ergebnissen arbeiten sollen oder eine Veröffentlichung der Ergebnisse geplant ist.

Ausstattung

- › Internetverbindung
- › Flipchart
- › Karteikarten
- › Pinnwand
- › Stifte
- › Beamer/digitales Anzeigegerät
- › Lautsprecher
- › Digitale Endgeräte
- › Kopfhörer

Optional:

- › Kreativitätsmaterialien
(z. B. Zeitschriften,
Bastelmaterial etc.)

Materialien

- › Präsentation
 - › E-Learning „Online-Aktivismus“
 - › Arbeitsaufträge Kampagnenplanung
 - › Impulse für Kampagnen
- Optional:
- › Praxisanleitung Film-/Audioproduktion
 - › Handout Film-/Audioproduktion
 - › Einwilligungserklärung

Online-Tools

- › Padlet/Tricider/Miro
- › Etherpad
- › Mentimeter

Optional:

- › Spiel Fake It To Make It

Ablaufplan

Schritt 01/11

Begrüßung & Vorstellung des Ablaufs

Die Teilnehmenden werden begrüßt und anhand des Ablaufplans in der Präsentationsvorlage wird das Programm der kommenden Stunden vorgestellt.

Schritt 01/11

Dauer:
5 Minuten

Gruppenform:
Plenum

Ausstattung/Materialien:
Präsentation
Beamer

Alternativ:
vorbereiteter Ablaufplan auf
Flipchart oder Tafel



Schritt 02/11

Warm-up

Variante A: „Ich denke, du bist ...“¹

Diese Variante ist geeignet, wenn die Teilnehmenden sich noch kaum kennen, da sie mit dem ersten Eindruck einer Person spielt. Bei festen Gruppen, die sich bereits kennen, kann auf Variante B zurückgegriffen werden.

Die Teilnehmenden werden in Kleingruppen von 4–5 Personen aufgeteilt, die Personen sollten sich möglichst wenig kennen. Die Moderation blendet vier Aussagen mittels Präsentation ein:

- Ich denke, in deiner Freizeit machst du am liebsten ...
- Ich denke, du hast zuletzt an einer Demo zum Thema ... teilgenommen
- Ich denke, du nutzt am häufigsten das soziale Netzwerk ...
- Ich denke, dein letztes Urlaubsziel war ...

Schritt 02/11

Dauer:
10 Minuten

Gruppenform:
Variante A: Kleingruppen
Variante B: Plenum

Ausstattung/Materialien:
Variante A: Beamer, Präsentation

Digitale Variante:
Variante B: Abstimmung via Mentimeter
und automatische Visualisierung der
Ergebnisse

Ablaufplan

In den Kleingruppen vervollständigt jeweils reihum eine Person die Aussagen in Bezug auf die links von ihr sitzende Person, gibt also an, was sie über diese Person denkt. Dann ist die Person links davon an der Reihe. Sie korrigiert zunächst die Annahmen über sich selbst und ergänzt dann wiederum die Aussagen für die Person links von sich. Wenn alle Gruppen die Runde abgeschlossen haben, werden in den Kleingruppen oder im Plenum kurz die Ergebnisse diskutiert, auch im Hinblick auf den Aspekt des Schubladendenkens bzw. der Vorurteilsbildung. Leitfragen können sein:

- Welche Faktoren bestimmen unseren ersten Eindruck?
- Wie würdet ihr von den anderen eingeschätzt?
- Wie empfindet ihr es, wenn ihr falsch eingeschätzt werdet?
- Wie ausgeprägt nutzt ihr soziale Medien?
- Wer war schon mal auf einer Demonstration?

Variante B: Soziometrische Aufstellung

Die Moderation liest einzelne Fragen vor und gibt jeweils eine gedachte Linie im Raum bzw. zwei Pole (bei Ja-Nein-Fragen) vor. Die Teilnehmenden werden aufgefordert, aufzustehen und sich entsprechend ihrer eigenen Antwort auf die jeweilige Frage entlang der vorgegebenen Linie/Pole im Raum zu positionieren, indem sie sich untereinander absprechen.

- Welche Social-Media-Plattform nutzt du am häufigsten? (Ecken des Raumes stellen z. B. TikTok, Instagram, YouTube und Facebook dar)
- Auf wie vielen Demonstrationen warst du schon?
- Wie viele Petitionen hast du schon unterzeichnet?
- Hast du schon einmal an einer Social-Media-Kampagne teilgenommen, die ein politisches Ziel hatte?

Die Moderation bittet die Teilnehmenden zwischendurch, ihre jeweilige Position zu erklären.

Ablaufplan

Schritt 03/11

Thematischer Einstieg mit E-Learning

Für den inhaltlichen Einstieg absolvieren die Teilnehmenden jeweils individuell ein E-Learning. Hier werden verschiedene Aspekte von digitalem Aktivismus beleuchtet und Hinweise zu erfolgreicher Kampagnenführung gegeben. Das E-Learning kann alleine oder zu zweit durchgeführt werden.

Die Teilnehmenden absolvieren hier nur den ersten Teil des E-Learnings (bis zum „Stop“-Banner). Der zweite Teil wird erst im Rahmen der Kleingruppenarbeit zur Kampagnenplanung genutzt. Dann werden die Erkenntnisse aus dem E-Learning kurz im Plenum oder in Kleingruppen diskutiert. Leitfragen der Diskussion können sein:

- Zusammenfassen: Was ist (Online-)Aktivismus? Was bedeuten die Begriffe Slacktivismus und Klicktivismus?
- Habt ihr schon mal selbst an einer Online-Kampagne teilgenommen? Wenn ja, wie habt ihr das bei euch erlebt? Wie habt ihr euch zusätzlich informiert? Habt ihr das Projekt nach dem Klick weiterverfolgt?
- Was kann man daraus ableiten?
- Inwieweit löst Online-Aktivismus die analoge Form ab bzw. wie lassen sich die beiden Formen sinnvoll kombinieren?

Schritt 04/11

Sammlung von Ideen für Kampagnen

Nun werden Kampagnenideen gesammelt. Dazu sollen alle Teilnehmenden aufschreiben, welche drei Dinge sie gerne verändern möchten, bis sie 35 Jahre alt sind. Der Bandbreite der Themen sind dabei keine Grenzen gesetzt. Zur Sammlung wird jede Idee auf ein vorbereitetes Plakat geschrieben. Diese können später im Raum verteilt werden.

Schritt 03/11

Dauer:

20 Minuten

Gruppenform:

Individuell

Ausstattung/Materialien:

E-Learning

Digitale Variante:

Das E-Learning kann an beliebigen digitalen Endgeräten genutzt werden, es ist nur eine Internetverbindung und im Idealfall Kopfhörer nötig.

Sollte die individuelle Durchführung des E-Learnings technisch nicht möglich sein, ist es alternativ auch möglich, das E-Learning am Beamer für alle zu zeigen und eher wie eine Präsentation zu nutzen. Die individuelle Durchführung ist jedoch deutlich zu bevorzugen.

Schritt 04/11

Dauer:

15 Minuten

Gruppenform:

Plenum

Ausstattung/Materialien:

Vorbereitete Plakate in DIN A3

Digitale Variante:

Ideensammlung in Padlet oder Trello.

Ablaufplan

Schritt 05/11

Gruppeneinteilung

Nun sortieren sich die Teilnehmenden den Themen zu, mit denen sie sich in der kommenden Phase in Form einer Kampagne befassen wollen. Es sollten immer mindestens 2 und maximal 4 Personen zusammenarbeiten. Gegebenenfalls müssen sich die Teilnehmenden nach der ersten Wahl umorientieren.

Bei inhaltlichen Dopplungen können Themen geclustert und kombiniert werden (die Plakate aus dem vorherigen Schritt werden dann übereinander gehängt). Die Themen, zu denen sich keine Gruppe findet, werden im weiteren Verlauf nicht berücksichtigt. Sollten einzelne Themen sehr beliebt sein, können auch mehrere Gruppen dasselbe Thema behandeln – allerdings dann jeweils mit einer anderen Kampagnenart.

Die Kleingruppen bekommen den Auftrag, für ihr Thema eine Kampagne samt Material zu erstellen. Hierzu wählen sie als erstes eine geeignete

- Social Media (optional zusätzliche Differenzierung zwischen Facebook, Instagram, YouTube, TikTok usw.)
- (Online-)Petition
- Demonstration
- Kreativer Protest

Jede dieser Kampagnen-Arten sollte von mindestens einer Kleingruppe gewählt werden, um im Anschluss möglichst interessante Vergleiche zu ermöglichen.

Die Teams schreiben einen Teamnamen, die gewählte Kampagnenart und die Namen der Teammitglieder auf das Plakat.

Schritt 05/11

Dauer:

10 Minuten

Gruppenform:

Plenum

Ausstattung/Materialien:

Plakate aus dem vorherigen Schritt

Digitale Variante:

Padlet

Ablaufplan

Schritt 06/11

Kampagnenplanung #1

In der ersten Phase der Kampagnenplanung geht es nun um die inhaltliche Qualifizierung. Dazu bleibt jeweils eine Person je Kleingruppe bei ihrem Thema und behält dort den Überblick. Die anderen Teilnehmenden sammeln jeweils einzeln im Rotationsverfahren zu möglichst allen verbliebenen Themen Stichworte. Dabei sollen die folgenden Fragen beantwortet werden:

- Welches Ziel wird mit der Kampagne verfolgt?
- Wer sind Unterstützer_innen des Vorhabens?

In einer klassisch-analogen Variante wird dies mittels Plakatdiskussion mit einem Wechsel ca. alle drei Minuten realisiert.

Die Phase kann optional auch übersprungen bzw. im Rahmen der Phase Kampagnenplanung #2 direkt in den Kleingruppen durchgeführt werden, um den Ablauf zeitlich zu straffen.

Schritt 07/11

Optionaler Exkurs: Fake It To Make It

Sofern ausreichend Zeit vorhanden ist, bietet sich an dieser Stelle ein kurzer Exkurs in die Bereiche Aufmerksamkeitsökonomie und Funktion von (Sozialen) Medien an. Dazu kann mit den Teilnehmenden eine Runde das Spiel Fake It To Make It gespielt werden.

Dabei handelt es sich um ein kostenloses Onlinegame zum Thema Fake News. Mehr Informationen zum Spiel finden Sie im Service-Bereich.

Schritt 06/11

Dauer:
15 Minuten

Gruppenform:
Offen

Ausstattung/Materialien:
Plakate
Stifte
Klebezettel

Digitale Variante:
Es kann die Kommentarfunktion im Padlet oder im Trello-Board genutzt werden. Auch hier bietet sich ein Wechsel zu einem vereinbarten Zeitpunkt an.

Schritt 07/11

Dauer:
30–60 Minuten

Gruppenform:
Individuell

Ausstattung/Materialien:
Endgeräte
Fake It To Make It

Ablaufplan

Schritt 08/11

Optionaler Input: Kreativer Aktivismus

Um vor dem zweiten Schritt der Kampagnenplanung inspirierende Eindrücke in kreative Formen des Protests oder Möglichkeiten der Kombination von Online- und Offline-Aktionen zu geben, kann im Plenum ein kurzes Video angeschaut und anschließend diskutiert werden. Eine mögliche Auswahl (beide in Präsentation verlinkt):

- **Video 1:** Die Informationsfreiheitsmeisterschaften (Online-Aktion bei *Frag den Staat*) Semsrott, Nico/Semsrott, Arne: Aktivismus vs. Passivismus, TINCON Berlin 2019.
- **Video 2:** Online- und Offline-Aktionen von *Fridays for Future* während der Corona-Pandemie „Fridays for Future“: Einsame Schilder und Online-Klimademo, in: Tagesschau, 24.04.2020.

Schritt 09/11

Kampagnenplanung #2

Vorbereitung (10 Minuten)

Die Teilnehmenden erhalten für die gewählte Kampagnenart einen konkreten Arbeitsauftrag. Zusätzlich erhalten sie den Hinweis, dass sie das E-Learning fortsetzen können (2. Teil, nach dem „Stop“-Banner) und dort weiterführende Tipps und Links zur Kampagnenplanung finden. Sie lesen die Arbeitsaufträge sowie den zur gewählten Kampagnenform passenden Abschnitt des E-Learnings individuell durch.

Die Arbeitsaufträge beinhalten fünf Aufgabenpakete mit Unteraufgaben (durch Checkboxen verdeutlicht), bei denen die Moderation auf das Zeitmanagement achten sollte und währenddessen inhaltlich unterstützen kann. Die Ergebnisse werden jeweils analog auf einem Plakat oder digital dokumentiert.

Schritt 08/11

Dauer:

5 Minuten

Gruppenform:

Plenum

Ausstattung/Materialien:

[Video 1 \(21:27 – 23:47\)](#)

[Video 2 \(0:00 – 02:08\)](#)

Beamer

Lautsprecher

Präsentation

Schritt 09/11

Dauer:

60–90 Minuten

Gruppenform:

Kleingruppen

Ausstattung/Materialien:

Dokument Arbeitsaufträge

Endgeräte

Plakate

Stifte

Optional:

Zusätzliche Kreativitätsmaterialien

(z. B. Bilder aus Zeitschriften)

Handreichung Videoproduktion

Muster-Einwilligungserklärung

Digitale Variante:

Es bietet sich an, die Kampagnenplanung mit digitalen Tools zu dokumentieren. Dafür eignen sich beispielsweise Padlet, Miro oder Trello.

Ablaufplan

Aufgabenpaket 1: Ziele und Unterstützer_innen (5 Minuten)

Anhand der bereits zum Thema gesammelten Stichpunkte definieren die Kleingruppen jeweils Ziele, Unterstützer_innen und Zielgruppe ihrer Kampagne.

Aufgabenpaket 2: Ressourcen und Team (5 Minuten)

Die Kleingruppen listen ihre vorhandenen (oder angenommenen) finanziellen und personellen Ressourcen auf und legen eine Arbeitsteilung im Team fest.

Aufgabenpaket 3: Strategie (10 Minuten)

Die Kleingruppen formulieren eine Strategie – die Arbeitsaufträge enthalten Leitfragen, die sich auf die gewählte Kampagnenart beziehen.

Aufgabenpaket 4: Recherche (10 Minuten)

Die Kleingruppen recherchieren zum Thema, um fundierte Informationen, aber auch bestehende Kampagnen und aktuelle Neuigkeiten zu finden.

Aufgabenpaket 5: Kampagnenplan und Umsetzung (20–50 Minuten)

Die Kleingruppen entwickeln einen Kampagnenplan mit Meilensteinen und Beschreibung des konkreten Vorgehens und produzieren Texte, Bilder, Videos oder Entwürfe zu ihrer Kampagne.

Wie genau die Kampagne aussieht, ist den Teilnehmenden überlassen. Es sollten vorab der Zeitumfang der folgenden Präsentation je Gruppe festgelegt (ca. 5 Minuten) und ggf. gemeinsam Kriterien für gelungene Kampagnen aufgelistet werden.

Je nach Erfahrungsstand und vorhandener Zeit kann es hilfreich sein, bestimmte Vorgaben in Bezug auf die zu erstellenden Materialien zu machen, z. B. Video, Text, Bild, Plakat, usw.

Hinweis für Videoproduktion

Es ist mit den Teilnehmenden zu klären, ob die Videos im Nachgang (z. B. innerhalb der Gruppe) geteilt oder gar veröffentlicht werden sollen. Das sollte immer freiwillig und ohne „Gruppenzwang“ geschehen. In diesem Fall müssen alle Teilnehmenden (bei Minderjährigen die Erziehungsberechtigten) eine entsprechende Einwilligungserklärung unterzeichnen. Andernfalls ist sicherzustellen, dass die Videos nach dem Workshop unwiderruflich gelöscht werden. Details siehe Handreichung für Videoproduktion und Einwilligungserklärung.

Die Teilnehmenden sollten ermutigt werden, möglichst multimedial zu arbeiten – sie können Bilder, Audios, Videos und Text kombinieren, um ihre Kampagnenplanung möglichst konkret und anschaulich zu dokumentieren. Entsprechend werden ggf. Schnittprogramme, Musik oder Bilder benötigt.

Ablaufplan

Schritt 10/11

Vorstellung und Voting

Die Kampagnen werden vorgestellt. Jede Vorstellung sollte auf die Kernfragen eingehen, einen groben Ablaufplan beinhalten und ggf. ein Highlight aufzeigen. Dabei hat jede Gruppe max. 5 Minuten Zeit.

Im Plenum wird reflektiert, welche Unterschiede zwischen den Aktionsformen bestehen und welche Formen für bestimmte Themen besser oder schlechter geeignet sind. Dabei sollte auf die Klickivismus-Debatte aus dem E-Learning eingegangen werden. Ein Fazit der Reflexion könnte sein, dass die Kombination verschiedener Aktionsformen besonders erfolgversprechend ist, dass also Demos mehr Zulauf finden, wenn sie auch in Sozialen Medien beworben werden, und dass reine Online-Petitionen von einer öffentlichkeitswirksamen Stimmenübergabe im echten Leben profitieren.

Danach kann im Plenum ein Votum abgegeben werden, welche der Kampagnen tatsächlich umgesetzt werden soll. Die Umsetzung könnte bei festen Gruppen im Anschluss an den Workshop geschehen.

Schritt 11/11

Kurze Reflexionsphase

- Wie haben die Teilnehmenden den Workshop erlebt? Wie fühlen sie sich jetzt?
- Was war gut, was was würden sie verbessern?
- Was war besonders überraschend? Welche neue Erkenntnisse nehmen sie mit?
- Welche Vorhaben werden sie tatsächlich weiterverfolgen?

Schritt 10/11

Dauer:

30–45 Minuten

Gruppenform:

Plenum

Ausstattung/Materialien:

Beamer

Lautsprecher

Ggf. von den Gruppen erarbeitete

Plakate

Digitale Variante:

Die Abstimmung kann über ein Online-Tool wie Tricider erfolgen. Wenn die Ergebnisse in einem gemeinsamen Padlet oder in Trello/Miro gesammelt werden, kann auch die dortige Abstimmungsfunktion verwendet werden.

Schritt 11/11

Dauer:

10 Minuten

Gruppenform:

Plenum

Digitale Variante:

Alternativ kann eine anonyme Online-Umfrage, z. B. mit Mentimeter, erstellt werden, deren Ergebnisse visualisiert und ggf. kurz diskutiert werden.