



Global  
Education  
Goes  
Local



picture credit: www.freepik.com

# Global Education Goes Pop

## Methodenhandbuch für die Jugendarbeit

2020

## EINE PUBLIKATION VON:



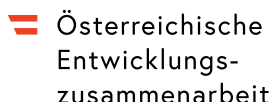
**Südwind** – Verein für entwicklungspolitische Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit, Steiermark  
[www.suedwind.at/stmk/](http://www.suedwind.at/stmk/)

## MIT UNTERSTÜTZUNG VON:



Diese Publikation wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union im Rahmen des Projekts „Global Education Goes Local“ erstellt. Die darin vertretenen Standpunkte geben die Ansicht der Medieninhaber wieder und stellen somit in keiner Weise die offizielle Meinung der Europäischen Union dar.

## GEFÖRDERT DURCH:



## IMPRESSUM:

|                                       |                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>MEDIENINHABER:</b>                 | C.E.G.A. Foundation, Future Worlds Center, Global Citizens Academy, Asociación Cazalla Intercultural, Südwind Entwicklungspolitik Steiermark, Institute for African Studies, Young People We Care |
| <b>REDAKTION:</b>                     | Kerstin Wittig-Fergeson                                                                                                                                                                           |
| <b>AUTOR_INNEN:</b>                   | Indre Augutiene<br>Aga Byrczek<br>Diana Nedeva<br>Dolores Grigorova<br>Tanja Leskovar<br>Merle Weber/Katharina Wogg<br>Kerstin Wittig-Fergeson                                                    |
| <b>KOORDINATION:</b>                  | Emil Metodiev                                                                                                                                                                                     |
| <b>JAHR &amp; AUFLAGE:</b>            | 2020, 1. Auflage                                                                                                                                                                                  |
| <b>ÜBERSETZUNG:</b>                   | Marion Glawogger                                                                                                                                                                                  |
| <b>ENDBEARBEITUNG<br/>DES TEXTES:</b> | Südwind Entwicklungspolitik Steiermark                                                                                                                                                            |
| <b>DESIGN:</b>                        | Isabel Zalami / naïs design                                                                                                                                                                       |
| <b>DRUCK:</b>                         | Rehadruck, Graz                                                                                                                                                                                   |
| <b>ISBN-NUMMER:</b>                   | 978-3-902906-40-3                                                                                                                                                                                 |
| <b>ZITIERVORSCHLAG:</b>               | Südwind Entwicklungspolitik Steiermark (2020) Global Education Goes Pop. Methodenhandbuch für die Jugendarbeit. Graz: Südwind Entwicklungspolitik Steiermark                                      |
| <b>TITELBILD:</b>                     | Isabel Zalami                                                                                                                                                                                     |
| <b>HERAUSGEBER:</b>                   | Südwind – Verein für entwicklungspolitische Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit, Steiermark (Kurzform Südwind Entwicklungspolitik Steiermark)<br>Annenstraße 29, 8020 Graz                        |

TRANSLATION  
:  
GLAWOGER

**naïs**  
— design

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 Einleitung                                                                | 5  |
| 1.1 Ziele und Zielgruppen des Methodenhandbuchs „Global Education Goes Pop“ | 7  |
| 1.2 Über das Projekt                                                        | 8  |
| 1.3 Partnerorganisationen                                                   | 9  |
| 2 Junge Menschen, Popkultur und globales Lernen                             | 12 |
| 2.1 Wofür interessieren sich junge Menschen?                                | 13 |
| 2.2 Das Konzept „Popkultur“                                                 | 14 |
| 2.3 Globales Lernen und die Ziele für nachhaltige Entwicklung               | 17 |
| 2.4 Lernziele und globaler Kompetenzrahmen                                  | 21 |
| 3 Verwendung des Methodenhandbuchs                                          | 25 |
| 3.1 Wie ist das Handbuch strukturiert                                       | 26 |
| 3.2 Matrix                                                                  | 28 |
| 3.3 Tipps für den_die Betreuer_in                                           | 29 |
| 4 Go Pop: Lernen                                                            | 30 |
| 4.1 Wort und Ton                                                            | 31 |
| 4.1.1 Sag's mit einem Meme                                                  | 32 |
| 4.1.2 Sag's in der Comic-Welt                                               | 36 |
| 4.1.3 Sag's mit Musik                                                       | 38 |
| 4.1.4 Sag's in einem Gedicht                                                | 40 |
| 4.2 Fotografie und visueller Ausdruck                                       | 42 |
| 4.2.1 Mit Fotos arbeiten – Eine Sammlung von Methoden                       | 43 |
| 4.2.1.a Ein Bild auswählen                                                  | 44 |
| 4.2.1.b Ein Bild beschreiben                                                | 45 |
| 4.2.1.c Ein Bild schneiden                                                  | 46 |
| 4.2.1.d Über die Grenzen hinaus                                             | 47 |
| 4.2.1.e Sprechblasen                                                        | 48 |
| 4.2.1.f Bildunterschriften finden                                           | 49 |
| 4.2.2 Wandgemälde/Street-Art                                                | 51 |
| 4.2.2.a Wandgemälde betrachten                                              | 51 |
| 4.2.2.b Do it yourself!                                                     | 53 |
| 4.2.3 Impressionen von anderswo                                             | 56 |
| 4.2.4 <i>Code of Conduct on Images and Messages</i>                         | 60 |
| 4.2.4.a Teil 1 – Fotos/Bilder analysieren                                   | 61 |
| 4.2.4.b Teil 2 – Eine eigene Kampagne starten                               | 62 |
| 4.3 Bewegte Bilder                                                          | 67 |
| 4.3.1 Globale Superheld_innen                                               | 68 |
| 4.3.2 Klappe zu, Film ab: Unsere nachhaltige Gemeinde/Stadt                 | 70 |
| 4.3.3 „Typisch weiblich“ vs. „typisch männlich?“                            | 74 |
| 4.3.4 Alles nach Drehbuch                                                   | 76 |
| 4.3.5 Herausforderungen neu denken                                          | 78 |
| 4.4 Soziale Medien und digitaler Aktivismus                                 | 82 |
| 4.4.1 Digitaler Aktivismus                                                  | 84 |
| 4.4.2 Einzelne digitale Werkzeuge                                           | 93 |
| 4.4.3 Online und Offline                                                    | 97 |



|                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.4.3.a Traditioneller Aktivismus: Werkzeuge und Formen            | 97  |
| 4.4.3.b Digitale Werkzeuge und traditionellen Aktivismus verbinden | 99  |
| 4.4.3.c Die Gefahren von digitalem Aktivismus                      | 100 |
| 4.4.4 Digitale Kampagne leicht gemacht                             | 104 |
| 4.5 Street-Art und urbane Popkultur                                | 107 |
| 4.5.1 Dein Kommentar                                               | 109 |
| 4.5.2 Müllkunst                                                    | 112 |
| 4.5.3 Dein Ort                                                     | 115 |
| 5 Go Pop: Aktiv werden                                             | 119 |
| 5.1 Worum soll es gehen: Schneeball                                | 122 |
| 5.2 Frag Instagram                                                 | 124 |
| 5.3 Zines zur Problemlösung                                        | 127 |
| 5.4 Treffen der Staatsoberhäupter                                  | 131 |
| 5.5 Inklusive Plakate                                              | 133 |
| 5.6 Beispiele von Aktionen                                         | 137 |
| 5.6.1 Onlinespiele am Wochenende, Mazarrón (Spanien)               | 137 |
| 5.6.2 <i>Photo Walk</i> in Athienou (Zypern)                       | 139 |
| 5.6.3 Fairkochen in Gratkorn (Österreich)                          | 141 |
| 5.6.4 In Harmonie mit der Natur leben (Bulgarien)                  | 142 |
| 6 Reflexion                                                        | 145 |

## Material- und Infoboxverzeichnis

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| Infobox: LGBTQIA+                                  | 19  |
| Infobox: Stereotype und Vorurteile                 | 23  |
| Infobox: Sexismus                                  | 32  |
| Windrose                                           | 55  |
| Länder-Kärtchen                                    | 59  |
| Vorschläge für Bild-Quellen                        | 64  |
| Fotoanalyse-Kärtchen                               | 65  |
| Werte-Kärtchen                                     | 66  |
| Merkmale einer (nicht) nachhaltigen Gemeinde/Stadt | 73  |
| Infobox: Tipps fürs Drehbuchschreiben              | 78  |
| Strukturübersicht: Herausforderungen neu denken    | 81  |
| Infobox: Digitaler Aktivismus und Werkzeuge        | 84  |
| Aktivismusplakat                                   | 88  |
| Mein Digitaler-Aktivismus-Pass                     | 92  |
| Infobox: Gefahren von digitalem Aktivismus         | 95  |
| Digitale-Werkzeuge-Kärtchen                        | 96  |
| Aktivismus-Kärtchen                                | 102 |
| Infobox: Streetart (il)legal?                      | 111 |
| Infobox: Zines                                     | 128 |
| Fotos von Zines                                    | 130 |
| Bewertungsbogen für die Plakate                    | 136 |



# 1 EINLEITUNG

*Dolores Grigova*



Wir leben heute in einer vernetzten und sich ständig verändernden Welt voller Herausforderungen und Möglichkeiten. Damit junge Menschen diese globalen Herausforderungen verstehen und mit ihnen umgehen können, wollen wir ihnen Wege aufzeigen, wie sie sich über globale Fragen informieren und sich mit diesen beschäftigen können.

Das Konzept des Globalen Lernens basiert darauf, globale Fragen aufzuzeigen und verständlich zu machen und den Respekt für andere Menschen und unsere Umwelt zu fördern.

Beim Globalen Lernen geht es nicht darum, Antworten auf all die großen Fragen unserer Zeit zu geben, sondern die Möglichkeit zu bieten, junge Menschen dabei zu unterstützen, wache Weltbürger\_innen zu werden, die die Welt hinterfragen und für ihre Ideale eintreten. Gleichzeitig erleben unsere Gesellschaften rasante Veränderungen durch die Globalisierung und die digitalen Technologien. Die Jugendlichen erlangen dadurch eine Stimme als Bürger\_innen und vernetzen sich in noch nie dagewesenem Umfang und über traditionelle Grenzen hinweg.

Für die Jugend von heute ist Popkultur „cool“. Mit Popkultur meinen wir all das, wofür sich junge Menschen in ihrem täglichen Leben interessieren: Musik, Kunst, Medien, Internet, Fernsehen, Radio und Mode. Sie bietet Raum für Kreativität, Herausforderungen, Teilhabe und Engagement.

Würden Sie bei einem Musik-Video von der Popsängerin Lady Gaga daran denken, dass es Lehrmaterial sein könnte? Wahrscheinlich nicht. Aber die Popkultur kann ein nützliches Werkzeug sein, um das Interesse von jungen Menschen zu wecken und sie zum Lernen zu animieren. Und nicht zuletzt bietet sie Möglichkeiten, globale Fragen besser verstehen zu lernen.

Die Ziele des Methodenhandbuchs „Global Education Goes Pop“ sind daher:

- globale Sichtweisen in das lokale Umfeld der jungen Menschen einzubringen
- die Möglichkeiten zu erweitern, jungen Menschen globale Fragen auf lokaler Ebene näher zu bringen
- mittels der Popkultur jugendgerechte Ansätze und Methoden für Lern- und Handlungsprozesse in globalen Fragen zu entwickeln.

Das Methodenhandbuch wurde vor allem für lokale Organisationen, Einrichtungen, Trainer\_innen und Jugendarbeiter\_innen entwickelt, die jungen Menschen globale Themen mithilfe der Popkultur vermitteln wollen. Es bietet lernendenzentrierte, partizipative, dialogorientierte und praktische Methoden, die auf Themen und Formen der Popkultur basieren.

Dieses Methodenhandbuch ist in sechs Kapitel gegliedert. In den Kapiteln 1 und 3 geben wir eine Einleitung zu diesem Handbuch und erklären, wie es verwendet wird. Anhand der folgenden Hauptthemen behandeln wir unterschiedliche Aspekte zur Mobilisierung junger Menschen im Rahmen des Globalen Lernens: Junge Menschen, Popkultur und Globales Lernen (Kapitel 2); Go Pop: Lernen (Kapitel 4); und Go Pop: Aktiv werden (Kapitel 5). In Kapitel 6 wird aufgezeigt, wie wichtig die Reflexion im Prozess des Globalen Lernens ist und es werden





Beispiele für Reflexionsmethoden vorgestellt, die für die Aktivitäten verwendet werden können.

Besuchen Sie Südwind im Internet unter [www.suedwind.at](http://www.suedwind.at) oder in einer unserer Bibliotheken an unseren sieben Standorten in Österreich. Dieses Methodenhandbuch steht Ihnen kostenlos als Download unter [www.suedwind.at/digitale-bibliothek/](http://www.suedwind.at/digitale-bibliothek/) zur Verfügung - teilen Sie es gerne in Ihren Netzwerken.

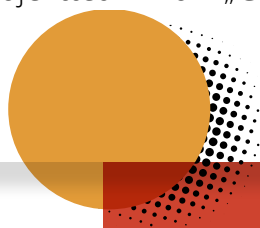
*Und nun: Viel Vergnügen beim Lesen!*

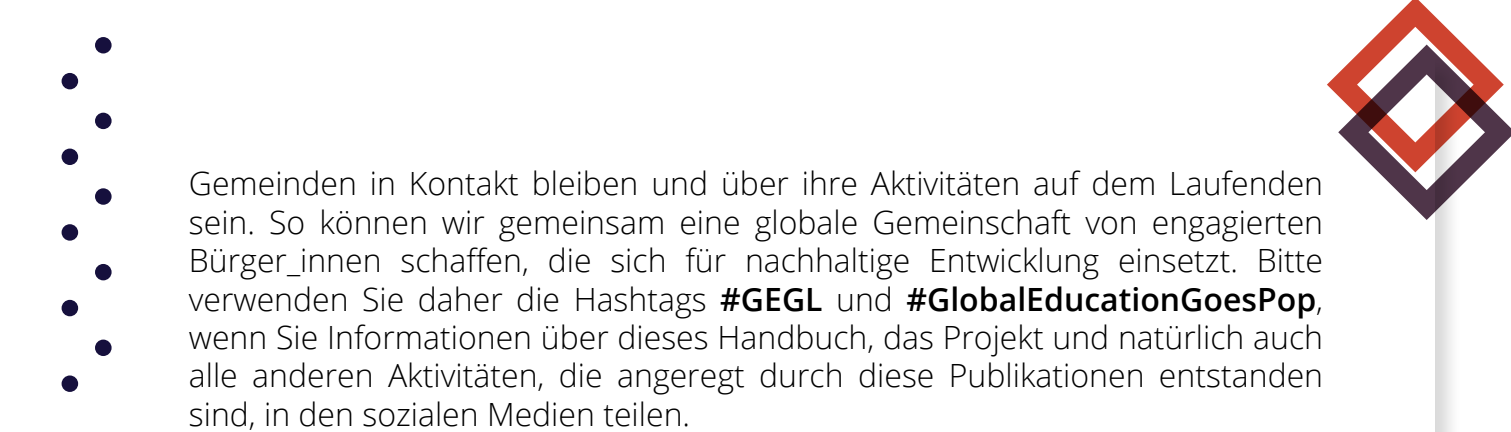
## 1.1 Ziele und Zielgruppen des Methodenhandbuchs „Global Education Goes Pop“

Dieses Methodenhandbuch wurde entwickelt, um junge Menschen durch Ansätze und Methoden der Popkultur aktiv in Prozesse des Globalen Lernens ([siehe Kapitel 2.3](#)) einzubinden. Es gibt eine Fülle an guten Werkzeugen, um mit jungen Menschen zu arbeiten. Das Methodenhandbuch „Global Education Goes Pop“ konzentriert sich jedoch auf Elemente der Popkultur und darauf, wie diese Pop-Elemente eingesetzt werden können, um die Aufmerksamkeit und das Interesse von jungen Menschen zu wecken und sie zu motivieren, sich eingehend mit globalen Fragen auseinanderzusetzen. Es basiert auf lernendenzentrierten, partizipativen, dialogorientierten und praktischen Methoden, die bei den jungen Menschen das Bewusstsein und Verständnis für die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (englisch *Sustainable Development Goals*, SDGs, [siehe Kapitel 2.3](#)) stärken sollen, wobei wir uns auf die folgenden drei Ziele konzentrieren: SDG 5 – Geschlechtergleichstellung, SDG 11 – Nachhaltige Städte und Gemeinden und SDG 12 – Verantwortungsvoller Konsum- und Produktionsmuster.

Das Methodenhandbuch wurde vorrangig für Jugendarbeiter\_innen und Jugendtrainer\_innen in der außerschulischen Jugendarbeit entwickelt, die mit jungen Menschen zwischen 14 und 30 Jahren arbeiten. Es kann aber ebenso in der schulischen Bildungsarbeit eingesetzt werden. Da wir uns in unserem Projekt „Global Education Goes Local“ (GEGL) auf Organisationen und Einrichtungen in Gemeinden und kleinen Städten mit maximal 50.000 Einwohner\_innen konzentrieren, wurde das Methodenhandbuch für diese Zielgruppe entworfen. Selbstverständlich können die Aktivitäten aber auch in größeren Gemeinden oder Städten durchgeführt werden.

Als Projektteam von „Global Education Goes Local“ möchten wir mit diesen





Gemeinden in Kontakt bleiben und über ihre Aktivitäten auf dem Laufenden sein. So können wir gemeinsam eine globale Gemeinschaft von engagierten Bürger\_innen schaffen, die sich für nachhaltige Entwicklung einsetzt. Bitte verwenden Sie daher die Hashtags **#GEGL** und **#GlobalEducationGoesPop**, wenn Sie Informationen über dieses Handbuch, das Projekt und natürlich auch alle anderen Aktivitäten, die angeregt durch diese Publikationen entstanden sind, in den sozialen Medien teilen.

## 1.2 Über das Projekt

„**Global Education Goes Local**“ (GEGL) ist ein dreijähriges globales Bildungsprojekt (2017-2020), das von der Europäischen Union gefördert wird und sieben Partnerorganisationen mit dem Ziel zusammenbringt, europäische Bürger\_innen dazu anzuregen, einen aktiven Beitrag zur Bewältigung der Herausforderungen, denen wir in unserer vernetzten Welt gegenüberstehen, zu leisten. Am Projekt nehmen über 30 Gemeinden und kleine Städte teil. In Österreich sind das Gratkorn, Judenburg und Mürzzuschlag in der Steiermark und Götzis und Lauterach in Vorarlberg. Dort finden die meisten Aktivitäten, vor allem mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen, statt. Bewusstseinsbildung, Kapazitätsaufbau auf lokaler Ebene und Mut zum Handeln spielen im Projekt eine entscheidende Rolle. Es stützt sich auf zwei Schlüsselansätze: *Going Local* & *Going Pop*.

### Going Local

Obwohl wir auch eine Reihe von internationalen Aktivitäten umsetzen, konzentriert sich das Projekt auf Gemeinden und kleine Städte in den sechs EU-Ländern Österreich, Bulgarien, Litauen, Slowenien, Spanien und Zypern. Der rote Faden, der das gesamte Projekt durchzieht, ist das „Verwurzeln“ von globalen Fragen und von Prozessen des Globalen Lernens auf der lokalen Ebene. Durch das Projekt wollen wir dort ansetzen, wo gezielte Anstrengungen fehlen, um in der Bevölkerung von Gemeinden und kleinen Städten Bewusstsein für globale Fragen zu schaffen. Denn diese finden sich oft abseits von globalen Tendenzen wieder und sind benachteiligt, was das Angebot von Lern- und Interaktionsmöglichkeiten betrifft. Durch das Zusammenspiel von Lernen und Handeln wird eine stärkere Verbindung zwischen den lokalen Gegebenheiten und globalen Fragen geschaffen. So tragen lokale Aktionen zu globaler Veränderung bei. Letztlich beschränkt sich das Projekt nicht nur auf die lokale Ebene, sondern bemüht sich intensiv darum, die Einrichtungen und ihr Personal dabei zu unterstützen, Lern- und Handlungskapazitäten in globalen Fragen aufzubauen und diese auch über die Laufzeit des Projekts hinaus zu nützen.



## Going Pop

Die Idee, die Popkultur als Mittel und Ausgangspunkt zu verwenden, um junge Menschen an globale Fragen heranzuführen, ist durchaus innovativ und birgt enormes Potential. Bisher hat man eher versucht, jungen Menschen im Rahmen schulischer Lehrpläne globale Fragen näherzubringen. Durch die Bezugnahme auf die Popkultur, mit der sich junge Menschen identifizieren und die ihren Interessen entspricht, bringen wir neue Perspektiven in die pädagogische Weiterentwicklung des Globalen Lernens. Wir haben uns angesehen, was bei jungen Menschen „in“ ist und daraus ein jugendgerechtes Methodenhandbuch entwickelt, in dem globale Fragen mit beliebter Musik, Filmen, Serien, TV-Shows, Memes, Youtubern\_innen und Vloggern\_innen, Videospielen, Comics, Street-Art oder sozialen Netzwerken verknüpft werden. Im Rahmen des Prozesses des Globalen Lernens können junge Menschen ihre eigenen Aktionen entwickeln, indem sie ihre Lieblingselemente aus der Popkultur verwenden. Das schafft Bewusstsein für globale Fragen und regt sie dazu an, sich für die Ziele für nachhaltige Entwicklung einzusetzen.

Viele weitere Bildungsangebote finden Sie auf unserer Homepage [www.suedwind.at](http://www.suedwind.at).

## 1.3 Partnerorganisationen



**C.E.G.A. Foundation (Bulgarien):** C.E.G.A. (Creating Effective Grassroots Alternatives) Foundation ist die koordinierende Partnerorganisation innerhalb der Projekt-Gemeinschaft. C.E.G.A. arbeitet im Bereich des Kapazitätsaufbaus auf unterschiedlichen Ebenen und setzt sich für eine Veränderung der Haltung gegenüber

benachteiligten Bevölkerungsgruppen, sowie die Verbesserung politischer Maßnahmen zu ihrer sozialen Eingliederung ein. C.E.G.A. ist eine seit 1995 eingetragene gemeinnützige Organisation. Sie arbeitet handlungsorientiert und ist in drei Hauptbereichen tätig: Kapazitätsaufbau; Verbesserung politischer Maßnahmen zur sozialen Eingliederung von benachteiligten Bevölkerungsgruppen; und internationale Kooperation, vor allem im Bereich der Jugendarbeit. Hauptthemen sind Globales Lernen und Ansätze zur weltweiten Armutsbekämpfung, Menschenrechte, Geschlechtergleichstellung und nachhaltige Lebensweisen. C.E.G.A. richtet sich vor allem an lokale Organisationen und Gruppen, öffentliche Behörden auf lokaler und nationaler Ebene sowie Schulen. Jugendliche und junge Erwachsene sind eine Zielgruppe, die übergreifend in allen Themen- und Aktivitätsbereichen angesprochen wird.

[www.cega.bg](http://www.cega.bg)





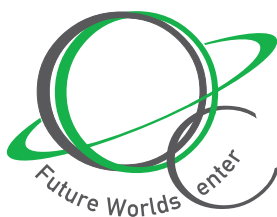
### **Institute for African Studies (Slowenien):**

Das Institute for African Studies (IAS) ist eine gemeinnützige Nichtregierungsorganisation (NGO), die 2004 als Migrant\_innen-Organisation gegründet wurde und in den Bereichen Bewusstseinsbildung und Lobbyarbeit tätig ist. IAS positioniert sich als Zentrum für Forschung, Globales Lernen und entwicklungspolitische Bildung, Lobbyarbeit, Dialog über Vielfalt, Nachhaltigkeit, Entrepreneurship und globale Perspektiven. Das Team von IAS realisiert in ganz Slowenien verschiedene Projekte mit Asylsuchenden, Flüchtlingen, Migrant\_innen und Minderheiten, verschiedenen Bevölkerungsgruppen und jungen Menschen (auf Primarstufe, Sekundarstufe I und II, in Universitäten und Jugendzentren), mit lokalen und nationalen Behörden, Medien sowie auf internationaler Ebene. IAS engagiert sich aktiv im Netzwerk der afrikanischen Diaspora als Denkfabrik im Bereich der Entwicklungspolitik der EU und der Afrikanischen Union für globale nachhaltige Entwicklung. [www.african-studies.org](http://www.african-studies.org)



### **Cazalla Intercultural (Spanien):**

Cazalla Intercultural ist eine lokale NGO mit Sitz in Lorca, Murcia, im Südosten Spaniens, die 2007 gegründet wurde. Das Ziel des professionellen Teams ist die Förderung von aktiver Bürger\_innenschaft, sozialer Eingliederung, Jugendmobilität, Freiwilligendiensten und nachhaltiger Entwicklung, sowie der Einsatz für Menschenrechte, Integration, Nicht-Diskriminierung und gegen geschlechtsspezifische Gewalt über den Weg der nicht formalen Bildung, Jugendinformation und internationalen Kooperation. Ihre Arbeit ist in vier Hauptbereiche gegliedert: Freiwilligendienst; Kapazitätsaufbau; internationale Kooperation im Bereich Jugend; und lokale Jugendarbeit. [www.cazalla-intercultural.org](http://www.cazalla-intercultural.org)



### **Future Worlds Center (Zypern):**

Future Worlds Center (FWC) ist ein Inkubator für soziale Unternehmer\_innen, die Projekte entwerfen, konzipieren und umsetzen, die eine Kultur des Zusammenlebens, der Menschenrechte und des Friedens fördern und Methoden verwenden, die auf den neuesten Technologien, dem wissenschaftlichen Ansatz des dialogischen Designs und dem demokratischen Dialog basieren. FWC möchte es Menschen ermöglichen, soziale Herausforderungen neu zu denken und (anders) zu meistern, auf lokaler aber auch auf europäischer Ebene. Die Organisation setzt genau dort Aktionen, wo sozialer Wandel stattfinden kann. Sie bringt Ideen, Projekte, Methoden und Menschen zusammen. Future Worlds Center hat drei Abteilungen: *Global Education Unit*, *Futures Design Unit* und *das New Media Lab*. [www.futureworldscenter.org](http://www.futureworldscenter.org)





Globalcitizen.It

**Global Citizens' Academy (Litauen):** Global Citizens' Academy (GCA) ist eine NGO, die aktive Weltbürger\_innenschaft fördert und sich für junge Menschen in Litauen und anderswo einsetzt. Sie stützt sich auf die Grundwerte von sozialer Gerechtigkeit, Solidarität, Respekt, Verantwortung für einen selbst und für andere, Offenheit, aktive Teilhabe, Kooperation und den Glauben daran, etwas bewegen zu können. Die Fachbereiche von GCA sind Globales Lernen und Weltbürger\_innenschaft, Menschenrechtsbildung, Förderung von Gleichberechtigung und sozialer Eingliederung junger Menschen, interkultureller Dialog und der Beitrag zur individuellen Entfaltung und dem Wohl junger Menschen. [www.globalcitizen.lt](http://www.globalcitizen.lt)



**Südwind Entwicklungspolitik Steiermark (Österreich):**

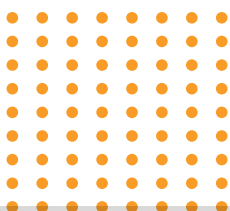
Südwind Entwicklungspolitik Steiermark setzt sich als entwicklungspolitische NGO seit über 30 Jahren für eine nachhaltige globale Entwicklung, Menschenrechte und faire Arbeitsbedingungen weltweit ein. Durch schulische und außerschulische Bildungsarbeit, die Herausgabe von Bildungsmaterialien und anderen Publikationen thematisiert Südwind Entwicklungspolitik Steiermark in Österreich globale Zusammenhänge und ihre Auswirkungen. Mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen, Kampagnen- und Informationsarbeit engagiert sich Südwind Entwicklungspolitik Steiermark für eine gerechtere Welt. [www.suedwind.at/steiermark/](http://www.suedwind.at/steiermark/)

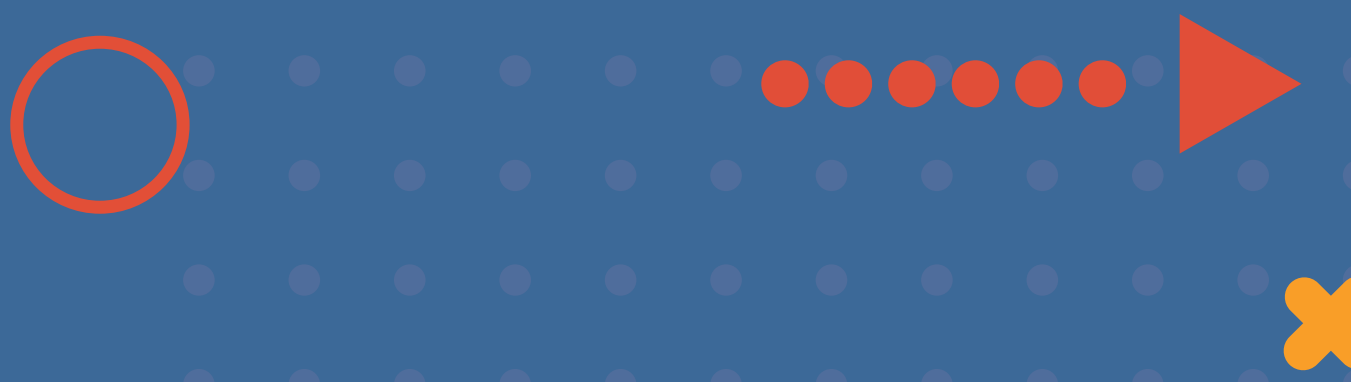


**Young People We Care (Ghana):** Young People We Care (YPWC) ist eine eingetragene gemeinnützige Organisation von jungen Menschen für junge Menschen mit Sitz in Kusami, Ghana. Die Organisation wird von jungen Menschen (zwischen 15 und 30 Jahren) und erwachsenen Partner\_innen geleitet und beschäftigt sich mit globalen Themen in den Bereichen Jugend und Entwicklung. YPWC setzt sich leidenschaftlich

für nachhaltige Entwicklung, die Umsetzung der Ziele für nachhaltige Entwicklung und die Förderung einer Kultur des Friedens und von Menschenrechten für alle ein.

Bei YPWC erheben junge Menschen ihre Stimme und suchen Lösungen für die zahlreichen Herausforderungen, denen die Führungskräfte von morgen gegenüber stehen. Es sind junge, findige Köpfe, die die Ausarbeitung und Entwicklung globaler politischer Maßnahmen auf konsistente und harmonische Weise beeinflussen wollen. YPWC möchte jungen Menschen Werkzeuge und Ressourcen in die Hand geben, um wirksame Handlungen zu setzen, die Teilhabe von jungen Menschen in globalen Fragen zu fördern und nachhaltige Partnerschaften zur Entfaltung junger Menschen aufzuzeigen und aufzubauen. [www.ypwc.org](http://www.ypwc.org)





# 2 JUNGE MENSCHEN, POPKULTUR UND GLOBALES LERNEN





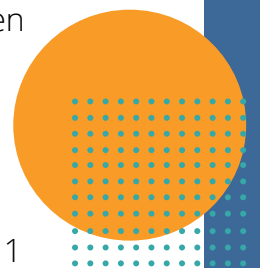
## 2.1 Wofür interessieren sich junge Menschen?

*Merle Weber / Katharina Wogg*

Im Rahmen der Studie „Junges Europa 2019“<sup>1</sup> wurden kürzlich 8.220 Menschen im Alter zwischen 16 und 26 Jahren online zu Themen wie ihrem eigenen Lebensumfeld, Identität(en) und Einstellungen befragt. Die Umfrage wurde in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien, Griechenland, Polen, Dänemark, Schweden, Finnland sowie Norwegen durchgeführt. Eine der Hauptideen der Studie war, dass **Migration und Asyl, Umweltpolitik und Wirtschafts- und Finanzpolitik** als die größten Herausforderungen angesehen werden, die in Europa bewältigt werden müssen. Eine\_r von fünf jungen Europäer\_innen hat in den letzten zwölf Monaten an einer Demonstration teilgenommen. Ebenso viele junge Menschen geben an, gewisse Produkte aus politischen oder ethischen Gründen nicht zu verwenden bzw. zu kaufen oder andere Produkte aus genau diesen Gründen zu konsumieren. Junge Menschen engagieren sich heute politisch, vor allem in den Bereichen **Umweltschutz, Lohnungleichheit und Geschlechtergleichstellung**. Politische Partizipation findet offline statt, aber noch öfter passiert sie online, zum Beispiel durch das Liken oder Teilen von politischen Beiträgen auf sozialen Medien oder das Unterzeichnen von Online-Petitionen. Während Klimaschutz und Umweltpolitik für die jungen Menschen eher eine Chance als eine Bedrohung darstellen, polarisieren die Themen Einwanderung und Migration und werden entweder als Chance für das eigene Leben oder als Bedrohung angesehen. Die fortschreitende Digitalisierung wird vor allem als Chance wahrgenommen und nur wenige sehen diese Entwicklung als problematisch. In Bezug auf Europa gibt es einerseits einen ausgeprägten Wunsch nach einem stärkeren Zusammenwachsen der europäischen Länder. Andererseits sinkt die Wahlbeteiligung unter jungen Menschen stetig, vor allem bei Europawahlen, und Wählen wird weniger als Pflicht verstanden. Dass Politiker\_innen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung bemühen und ihre Interessen angemessen vertreten würden, wird skeptisch gesehen.

Einen weiteren Einblick in das, was junge Menschen heute interessiert, bieten die „Europäischen Jugendziele“<sup>2</sup>, die im Rahmen der EU-Jugendstrategie 2019-2027 entwickelt wurden. Die Jugendziele heben all jene Bereiche hervor, wo noch Veränderungen nötig sind, damit sich junge Menschen in Europa voll entfalten können. Ungefähr 50.000 junge Menschen aus allen EU-Ländern haben an der europaweiten Umfrage im Jahr 2018 teilgenommen, die als Grundlage für die Formulierung der folgenden 11 Jugendziele herangezogen wurde:

1. Die EU mit der Jugend zusammenbringen
2. Gleichberechtigung aller Geschlechter
3. Inklusive Gesellschaften





4. Information und konstruktiver Dialog
5. Psychische Gesundheit und Wohlbefinden
6. Jugend im ländlichen Raum voranbringen
7. Gute Arbeit für alle
8. Gutes Lernen
9. Räume und Beteiligung für alle
10. Ein nachhaltiges, grünes Europa
11. Jugendorganisationen und europäische Jugendprogramme

Antworten darauf, wie das, was junge Menschen interessiert, Realität werden könnte, bietet eine repräsentative Umfrage zur Nutzung kultureller Bildungsangebote an digitalen Kulturorten unter 818 deutschsprachigen Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren in deutschen Privathaushalten („JUGEND/YOUTUBE/KULTURELLE BILDUNG.HORIZONT 2019“)<sup>3</sup>. Sie zeigt auf, wie junge Menschen gerne lernen und neue Inhalte kennenlernen möchten.

**Audiovisuelle Vermittlungsformate in Form von Webvideos** sind sehr wichtig für die Befragten und sind Teil ihres täglichen Lebens. Die Video-Plattform YouTube™ ist das digitale Leitmedium junger Menschen und fast die Hälfte von ihnen verwendet sie zum Lernen für die Schule. Für viele Teenager sind Videos eine Anregung zur künstlerischen Aktivität. Sie animieren sie zum Nachmachen und Mitmachen, zum Beispiel in den Bereichen Tanz, Film, Musik, Gaming oder Zeichnen. Was die Tutorials und Erklärvideos so attraktiv macht, ist, dass man sie jederzeit und so oft man möchte ansehen kann. Das kommt offenbar den Erwartungen junger Menschen entgegen, was ihre eigenen Lernrhythmen und Lernzeiten betrifft. Außerdem haben junge Menschen den Eindruck, dass vieles von dem, was sie online sehen, für sie machbar und einfach umzusetzen ist. Für einen Großteil der Befragten ist es wichtig, dass die Videos „unterhaltsam“, „lustig“ und „neu/zeitgemäß“ sind. Bei der Auswahl der Videos verlassen sie sich auf Empfehlungen von Freund\_innen, Influencer\_innen, Lehrer\_innen und der Familie. Die Mehrheit der befragten jungen Menschen wünscht sich in der Schule stärkere Einbindung von Webvideos, eine kritische Auseinandersetzung mit dem Thema und Unterstützung bei der Erstellung von eigenen Webvideos.

## 2.2 Das Konzept „Popkultur“

*Merle Weber / Katharina Wogg*

In diesem Handbuch verstehen wir Popkultur als die aktuell unter jungen Menschen vorherrschende Kultur. Diese Kultur ist ständiger Veränderung unterworfen und unterliegt den verschiedensten Einflüssen. Was heute „in“ ist, kann morgen schon wieder „out“ sein. Der Ausdruck „Popkultur“ ist vor allem aus der Musikbranche bekannt und bezieht sich auf die Musik, die auf beliebten Radiosendern gespielt wird.

Jede junge Generation entwickelt ihre eigene „Pop-Identität“, zu der Musik,



Sport, Spiele, Essen, Lifestyle und ein ganzes Lebensgefühl gehören. Aufgrund des Internets und des einfachen Zugangs zu Informationen und Medien wird die Popkultur immer breiter und facettenreicher. Das hat auch das Wesen der Popkultur verändert. In ihren Anfängen war sie sehr politisch. Heute scheint es so, als wäre Popkultur der Mainstream und in vielerlei Hinsicht einzig auf Kommerz und Konsum ausgerichtet. Künstler\_innen versuchen zu verkaufen, nicht aufzurütteln.

Allgemein gesprochen folgt die Popkultur verschiedenen Mechanismen:

- Ambivalenz: Scheinbare Gegensätze, wie zwischen virtueller und realer Welt oder zwischen Technologie und Emotion, werden aufgehoben.
- Das Prinzip des „Auf-dem-neuesten-Stand-Seins“ und das Streben nach dem Neuen: Die Popkultur folgt also dem Prinzip der Mode.
- Einsatz der Massenmedien: Sie sind die zentralen Kanäle, über die die entstehende Popkultur inszeniert und verbreitet wird. Sie beeinflussen und/oder beziehen Konsument\_innen interaktiv ein, zum Beispiel auf Wikipedia, eBay oder bei Podcasts.
- Ständige Regelverstöße, schnelle Veränderung und die zugehörige Subkultur sowie das revolutionäre Image: Diese Aspekte werden heute von vielen bekannten Marken eingesetzt.
- Befriedigung des Bedürfnisses nach Spaß und intensiven Erfahrungen.

## Der Einfluss der Medien

Die Medien beeinflussen immer stärker unseren Lebensstil und die Popkultur. Sie bringen uns dazu, immer mehr zu konsumieren. Influencer\_innen auf YouTube™ werden aufgrund ihrer starken Präsenz und ihrer großen Bekanntheit in den sozialen Netzwerken vorrangig zu Werbeträger\_innen und Marketinginstrumenten.

Ein anderer Trend der Popkultur sind Internet-Phänomene wie die „Salmon Challenge“, die „10 Years Challenge“ oder die „Ice Bucket Challenge“, bei denen normale Leute „verrückte“ Dinge tun, sich dabei aufnehmen und die Videos dann ins Netz stellen.

## Junge Menschen und Popkultur

Für junge Menschen spielt die Popkultur eine wichtige Rolle für ihre Identität, die Schaffung einer eigenen Kultur, Selbstentfaltung, Selbstdarstellung, Ausdruck von Gefühlen, Selbsterfahrung und Geltungsbedürfnis. Grundsätzlich interessieren sich die jungen Menschen von heute für die verschiedenen Elemente der Popkultur, wenn diese eingängig, attraktiv, visuell, viral, greifbar, süchtig machend und leicht verdaulich sind (zum Beispiel ein 30-Sekunden-Video). Sie wollen unmittelbares Feedback erhalten. „Likes“ zu bekommen ersetzt immer mehr gesellschaftliche Akzeptanz. Junge Menschen wollen heute selbst entscheiden und möchten nicht eingeschränkt werden, indem ihnen jemand





sagt, was sie tun sollen. Für junge Menschen sind Fotos und Emoticons Ausdruck ihrer selbst und sie kommunizieren gerne unkompliziert und schnell. Außerdem mögen sie es, verschiedene Identitäten anzunehmen und ihre eigene Identität zu entdecken und auszuprobieren. Sie schätzen die Möglichkeit, sich anonym zu äußern und sich in Umfeldern zu bewegen, die ihren Eltern fremd sind. Und nicht zuletzt möchten sie Gelegenheiten haben, zu lernen.

### Online-Popkultur

Der wichtigste Kanal für Popkultur unter jungen Menschen ist das Internet und dabei vor allem der Videokanal YouTube™. Dort bekommen sie Anregungen zu verschiedenen Themen von Vlogger\_innen und Influencer\_innen. Weitere beliebte Kanäle sind die Social-Media-Apps Instagram (ein kostenloser Onlinedienst, eine Mischung aus sozialem Netzwerk und einer Plattform, auf der man Fotos und kurze Videos editieren, uploaden und teilen kann) und Snapchat (ein kostenloser Sofortnachrichten-Dienst für Smartphones und Tablets).

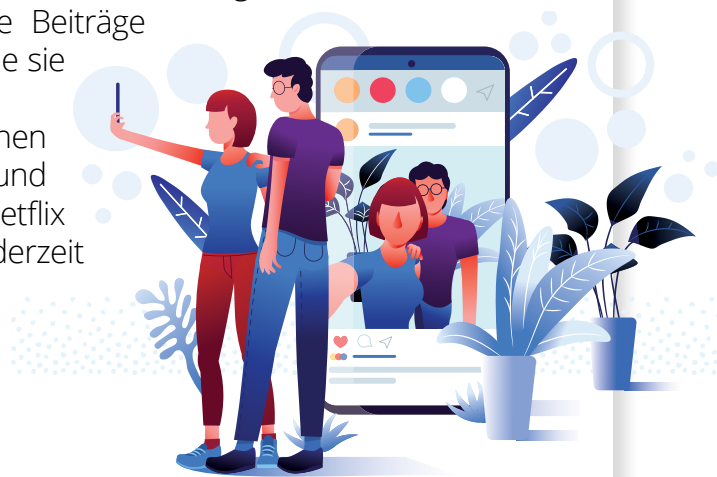
Blogger\_innen und Vlogger\_innen beeinflussen die Meinung der jungen Menschen: Blogger\_innen, indem sie Beiträge schreiben und Vlogger\_innen durch Videos, die sie selbst drehen, schneiden und bearbeiten. Das US-Unternehmen Netflix bietet einen zahlungspflichtigen Streaming-Dienst an und produziert selbst Filme und Serien. Auf Netflix können junge Menschen ihre Lieblingsfilme jederzeit ansehen. Auch Amazon bietet mit Prime Video eine Streaming-Plattform für Filme und TV-Serien.

### Offline-Popkultur

Es gibt verschiedenste Offline-Kanäle über die junge Menschen mit Popkultur in Kontakt kommen. Einige Beispiele sind Comics, Videospiele, Filme, Talkshows, Realityshows, Stand-ups, Poetry-Slam, Pubquiz, Werbung/Kampagnen, Marken, Musik und Kunst.

### Bei jungen Menschen beliebte Bewegungen

Da der **Klimaschutz** eines der Themen ist, über das sich junge Menschen am meisten Gedanken machen, werden Blogs, Posts, Fotos und Videos zu einem nachhaltigen Lebensstil in den sozialen Medien immer beliebter und sind





zu einem Teil der Popkultur junger Menschen geworden (zum Beispiel der Blog und die Influencer-Videos von dariadaria).

Die aktuelle weltweite **Bewegung „Fridays for Future“** macht deutlich, dass Millionen junge Menschen auf der ganzen Welt Teil einer großen Veränderung sein wollen, Selbstwirksamkeit erfahren wollen und für ihre eigene Zukunft aktiv werden wollen. Außerdem zeigt diese

Bewegung, dass es unzählige junge Menschen gibt, die sich auch offline im echten Leben begegnen möchten, die echte Menschen treffen, sich gemeinsam für eine echte Sache stark machen, Plakate und Transparente gestalten und sich bei Meetings, Protesten, Aktionen und Workshops zusammenschließen wollen. Die Bewegung nützt Online- wie Offline-Kanäle, um für einen nachhaltigen Lebensstil zu werben, junge Menschen zusammenzubringen und einen Wandel hin zu einer nachhaltigeren Welt zu bewirken. Man kann diese Bewegung auch als Versuch der jungen Menschen sehen, sich einerseits von der Generation ihrer Eltern und andererseits von ihrer eigenen Kindheit abzugrenzen. Es geht für sie also nicht nur darum, für eine gesündere Umwelt einzutreten, sondern auch darum, sich gegen den Lebensstil ihrer Eltern zu positionieren. Rebellion und Revolution sind gewissermaßen eine Ausdrucksweise der heutigen Jugend.



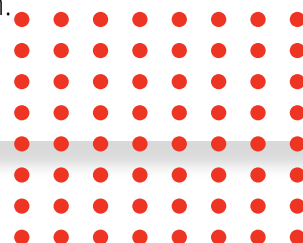
## 2.3 Globales Lernen und die Ziele für nachhaltige Entwicklung

*Indre Augutiene*

### Globale Verflechtungen – von Vorteilen zu Herausforderungen

Wir leben in einer Welt, in der wir mit anderen Menschen vernetzt sind – gesellschaftlich, politisch, wirtschaftlich und ökologisch. Der zunehmende grenzüberschreitende Handel, die Migration, das Wachsen internationaler und politischer Organisationen und die Veränderungen in Verkehr und Kommunikationstechnologien verstärken diese Verflechtungen enorm.

Für uns Menschen bietet es viele Vorteile, Teil einer globalisierten und vernetzten Gemeinschaft zu sein. Es hilft, unseren Horizont zu erweitern, macht es möglich, Produkte aus unterschiedlichen Weltgegenden zu kaufen, gewährt Zugang zu Wissen und wissenschaftlichen wie technologischen Erkenntnissen, weckt Verständnis für die Vielfalt in unseren Gesellschaften, gibt Gelegenheit zur individuellen und gesellschaftlichen Entfaltung und es eröffnet neue Möglichkeiten, Ideen zu teilen und gemeinschaftliche Aktionen zu starten, die zur Lösung unserer gemeinsamen Probleme beitragen.





Gleichzeitig birgt der Globalisierungsprozess aber auch gesellschaftliche, wirtschaftliche und ökologische Herausforderungen, wie die steigende Armut in unserer Gesellschaft, eine wachsende Kluft zwischen reichen und armen Ländern, die Ungleichheiten zwischen privilegierten und nicht privilegierten Menschen, erzwungene Migration, Menschenrechtsverletzungen, Ausbeutung benachteiligter Bevölkerungsgruppen, Rassismus und Fremdenfeindlichkeit, bewaffnete Konflikte, Unsicherheit und zunehmender Individualismus, Klimawandel, ökologisches Ungleichgewicht, Umweltverschmutzung, die Erschöpfung natürlicher Ressourcen und vieles mehr.

### **Die großen globalen Herausforderungen angehen. Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung**

Um die Hauptprobleme, denen die Weltgemeinschaft heute gegenüber steht, in Angriff zu nehmen, haben die Staatsoberhäupter der Welt eine Vereinbarung getroffen, die zur nachhaltigen Entwicklung unseres Planeten beitragen soll. Im September 2015 beschloss die Generalversammlung der Vereinten Nationen die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung, die auch als Ziele für nachhaltige Entwicklung (*Sustainable Development Goals* oder SDGs) bekannt ist. Diese Agenda lässt sich in jedem Land umsetzen und zielt darauf ab, die Anstrengungen für die Beseitigung der Armut in all ihren Formen, den Kampf gegen Ungleichheiten und die Bewältigung des Klimawandels zu verstärken und gleichzeitig dafür zu sorgen, dass niemand zurückgelassen wird. Die Agenda umfasst 17 Ziele mit 169 Zielvorgaben für die größten sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Herausforderungen der heutigen Welt. Sie basiert auf Maßnahmen in fünf Bereichen:



**Menschen:** Mit den SDGs soll Armut und Hunger ein Ende gesetzt und dafür Sorge getragen werden, dass alle Menschen ihr Potenzial in Würde und Gleichheit und in einer gesunden Umwelt entfalten können.



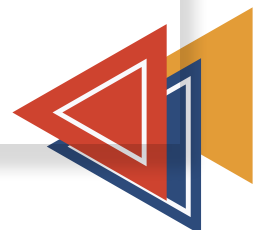
**Planet:** Die SDGs stehen für den Schutz unseres Planeten vor Schädigungen, der durch nachhaltigen Konsum und nachhaltige Produktion, nachhaltige Bewirtschaftung der natürlichen Ressourcen und umgehende Maßnahmen gegen den Klimawandel erreicht werden soll.



**Wohlergehen:** Durch die SDGs sollen alle Menschen ein von Wohlergehen geprägtes und erfülltes Leben genießen können und wirtschaftlicher, sozialer und technischer Fortschritt soll sich in Harmonie mit der Natur vollziehen.



**Frieden:** Die SDGs sind darauf ausgerichtet, friedliche, gerechte und inklusive Gesellschaften zu fördern, die frei von Furcht und Gewalt sind. Ohne Frieden kann es keine nachhaltige Entwicklung geben und ohne nachhaltige Entwicklung keinen Frieden!





**Partnerschaft:** Die SDG-Agenda fordert alle Interessenträger\_innen dazu auf, ihre Ressourcen für die Erreichung der SDGs zu mobilisieren, sich dabei auf einen Geist verstärkter globaler Solidarität zu stützen und sich insbesondere auf die Bedürfnisse der Ärmsten und Schwächsten zu konzentrieren, und dies unter Beteiligung aller Länder, aller Interessenträger\_innen und aller Menschen.

Im Rahmen des Projekts „Global Education Goes Local“ wenden wir uns vor allem drei SDGs zu, auf die wir unsere Projektaktivitäten ausrichten:



**SDG 5 – Geschlechtergleichstellung:** Mit diesem Ziel soll Geschlechtergleichstellung und das Empowerment aller Frauen und Mädchen erreicht werden. Das ist aus vielen Gründen wesentlich. Zunächst ist Geschlechtergleichstellung ein grundlegendes Menschenrecht und sie ist die notwendige Basis für eine friedliche und nachhaltige Welt voller Wohlstand. Außerdem ist es für das Funktionieren aller Bereiche einer vollwertigen Gesellschaft – von der Bekämpfung von Armut und Ungleichheit, über die Sicherung von Gesundheit und Wohlergehen, bis hin zum Zugang zu Bildung – unerlässlich, Geschlechtergleichstellung zu fördern und gleiche Chancen für alle Menschen egal welchen Geschlechts zu gewährleisten. Südwind Entwicklungspolitik Steiermark versteht unter Geschlechtergleichstellung auch die Gleichstellung von LGBTQIA+ beziehungsweise aller Menschen, die nicht der Heteronormativität entsprechen.

## Infobox: LGBTQIA+

Die Abkürzung kommt aus dem Englischen und steht für Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer, Intersexual, Asexual plus weitere. Hierbei handelt es sich um einen Sammelbegriff für Menschen und Gruppen, deren sexuelle Orientierung, Genderidentität oder körperliche Geschlechtsvariation nicht der Heteronormativität entsprechen. Die Heteronormativität ist die immer noch weit verbreitete Annahme, dass das biologische und soziale Geschlecht immer übereinstimmen und in einerseits Frauen und andererseits Männer eingeteilt werden können.<sup>4</sup>



**SDG 11 – Nachhaltige Städte und Gemeinden:** Mit diesem Ziel sollen Städte inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestaltet werden. Da die Verstädterung auf unserem Planeten voranschreitet und immer mehr Menschen in Städten leben, ist es für den Aufbau von starken und nachhaltigen Gemeinschaften besonders wichtig, Gleichberechtigung und Inklusion aller Menschen zu fördern, angemessenen Wohnraum und wirksame

Abfallbehandlung sicherzustellen, durch Umweltverschmutzung und den Energiekonsum entstehenden Probleme entgegenzutreten und Widerstandsfähigkeit gegenüber Naturkatastrophen und den Auswirkungen des Klimawandels zu gewährleisten.



### **SDG 12 – Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster:**

Vor allem über unser individuelles Konsumverhalten kommen wir täglich mit dem Rest der Welt in Berührung. Dadurch haben wir es in der Hand, alle drei Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung positiv oder negativ zu beeinflussen: Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt. Wenn wir unsere Konsum- und Produktionsmuster nachhaltiger gestalten und auch nur kleine Veränderungen anstoßen, kann sich das positiv auf unsere Mitmenschen und unseren Planeten auswirken.

Auch wenn wir uns als Partner des GEGL-Projekts nur auf die drei oben genannten SDGs konzentrieren, dürfen wir nicht vergessen, dass alle 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung eng miteinander verknüpft sind. So können verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12) nur dann umgesetzt werden, wenn menschenwürdige Arbeitsbedingungen (SDG 8) gewährleistet sind und die Sicherung von angemessenem Wohnraum und Lebensstandard (SDG 11) kann zur Armutsbekämpfung (SDG 1) beitragen. Außerdem steht der gesicherte Zugang zu hochwertiger Bildung (SDG 4) im Zentrum der Agenda für nachhaltige Entwicklung und ist unverzichtbar für das Erreichen aller SDGs.

### **Weltbürger\_innenschaft und Globales Lernen**

Es liegt in der gemeinsamen Verantwortung von Regierungen, Unternehmen und der Zivilgesellschaft, die Ziele für nachhaltige Entwicklung zu erreichen. Jede\_r einzelne von uns spielt eine wichtige Rolle bei der Umsetzung der SDG-Agenda. Unsere persönlichen Gewohnheiten, unser Verhalten und unser Handeln beeinflussen Mensch und Natur. Und deshalb sollten sich alle Mitglieder der Weltgemeinschaft als aktive und verantwortungsvolle Weltbürger\_innen wahrnehmen.

Wann aber ist jemand ein\_e Weltbürger\_in? Wir alle genießen viele Vorteile und Privilegien, weil wir Teil der globalen Gesellschaft sind. Wie aber gehen wir mit globalen Herausforderungen um? Welche Verantwortung tragen wir dafür?

Es gibt eine Reihe von Definitionen für eine\_n Weltbürger\_in. Im Methodenhandbuch „Six Steps to Global Citizenship. A Guide for Youth Workers, Youth Leaders and Trainers“<sup>45</sup> wird ein\_e Weltbürger\_in folgendermaßen definiert: „Unter Weltbürger\_in verstehen wir jemanden, der\_die die Vorteile würdigt, die er\_sie als Teil einer globalen Gemeinschaft genießt, der\_die aber auch die individuelle Verantwortung, die daraus entsteht, erkennt und entsprechend handelt. Das Verhalten eines\_r Weltbürgers\_in stützt sich auf ein Verständnis der globalen Verflechtungen und den Einsatz für das Wohl aller“ (übersetzt aus dem Englischen).

In der SDG-Zielvorgabe 4.7 wird betont, wie wesentlich es ist, dass alle die notwendigen Kenntnisse und





Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben. Das Globale Lernen ist ein ganzheitliches pädagogisches Konzept, das dazu beitragen kann, dass jeder Mensch wachsen, ein\_e aktive\_r und verantwortungsvolle\_r Bürger\_in werden und so den positiven Wandel hin zu einer nachhaltigeren und gerechteren Welt auf lokaler und globaler Ebene vorantreiben kann. Es ist ein aktiver Lernprozess, der auf den Werten von Solidarität, Gleichberechtigung, Gerechtigkeit, Inklusion und Kooperation beruht und der einen Beitrag zur Bekämpfung der Armut und zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung leistet. Durch das Globale Lernen kann jede\_r Lernende den Prozess vom Lernen zum Handeln durchlaufen und so das eigene Verständnis, die eigenen Kenntnisse und Werte weiterentwickeln, die es braucht, um die Nachhaltigkeit von lokalen und globalen Gemeinschaften zu fördern.

## 2.4 Lernziele und globaler Kompetenzrahmen

*Aga Byrczek*

Globale Kompetenz lässt sich zusammenfassen als die Fähigkeit zu besitzen und Bereitschaft zu zeigen, globale Fragen zu verstehen und darauf zu reagieren. Globales Lernen ist ein ganzheitlicher Bildungsansatz, bei dem wir versuchen, den Lernenden, mit denen wir arbeiten, eine Reihe von Kompetenzen zu vermitteln. Was wollen wir nun genau mit dem Globalen Lernen erreichen? Wir wollen die Lernenden mitnehmen auf eine Lernreise. Am Ende dieser Reise sollen sie voller Tatendrang sein und die Fähigkeiten besitzen, die sie brauchen, um zu handeln, gegen globale Ungerechtigkeiten aufzutreten und sich für nachhaltige Entwicklung einzusetzen.

Um dieses Ziel zu erreichen, sind mehrere Schritte notwendig. Denn bevor junge Menschen und Jugendarbeiter\_innen aktiv werden können, müssen sie die Welt und ihre Verflechtungen besser verstehen. Dabei geht es auch darum, herauszufinden und zu verstehen, wie die eigenen Handlungen Menschen am anderen Ende der Welt beeinflussen. Und es geht um kritisches Denken, also die Fähigkeit, das, was sie lesen, sehen oder hören kritisch zu beurteilen, zu hinterfragen und zu überdenken. Sie sollen all das entwickeln, was sie letztendlich zum Handeln bewegt: Empathie, Solidarität, gute und belastbare Beziehungen und das Infragestellen von Stereotypen und Vorurteilen (siehe Infobox auf [Seite 23](#)).

Es wurden bereits viele Arten von Kompetenzrahmen für das Globale Lernen entwickelt. In diesem Methodenhandbuch möchten wir den Rahmen vorstellen, den der Council of Chief State School Officers (CCSSO) und Asia Society erarbeitet haben und der die folgenden vier Dimensionen oder Kompetenzgruppen hervorhebt:





**1. Die Welt erforschen** – Die Lernenden sind dazu in der Lage und motiviert, Fragen zu stellen, um die Welt, ihre Verflechtungen und die wichtigen globalen Fragen besser zu verstehen. Sie entwickeln die Fähigkeit zum kritischen Denken. Sie können eine Argumentation anhand verlässlicher Quellen, die unterschiedliche Sichtweisen berücksichtigen, aufbauen.



**2. Andere Sichtweisen anerkennen** – Die Lernenden haben die interkulturelle Kompetenz anzuerkennen, dass ihre eigene Sichtweise auf Werte, Zugang zu Informationen, Bildung oder Lebensqualität von der Sichtweise anderer abweichen kann.



**3. Ideen vermitteln** – Die Lernenden sind in der Lage, mit verschiedenen Gruppen zu arbeiten und zu kommunizieren, aktiv zuzuhören und zusammenzuarbeiten.



**4. Aktiv werden** – Die Lernenden haben das Know-how, die Motivation und den Mut, Handlungen zu planen und zu setzen, deren Wirkung abzuschätzen und dabei die möglichen Folgen für andere im Blick zu behalten.

- ein Problem erkennen, Fragen dazu stellen und seine Bedeutung klären
- verschiedene Ausdrucksweisen, Quellen und Medien verwenden, um relevante Informationen zu erkennen und abzuwägen
- Informationen analysieren, verknüpfen und zusammenfassen, um schlüssige Antworten zu formulieren
- eine Argumentation auf der Grundlage verlässlicher Quellen aufbauen und vertretbare Schlüsse ziehen

- die eigene Sichtweise erfassen und darlegen sowie Einflüsse auf diese erkennen
- sich mit den Sichtweisen anderer und dem, was diese beeinflusst, auseinandersetzen
- die Wirkung von kulturellen Einflussfaktoren erklären
- ausdrücken, wie sich unterschiedlicher Zugang zu Wissen, Technologien und Ressourcen auf die Lebensqualität und die eigene Meinung auswirken

- erkennen und beschreiben, wie sich Bedeutungen je nach Zielgruppen verändern und wie dies die Kommunikation beeinflusst
- verschiedenen Menschen zuhören und mit ihnen erfolgreich kommunizieren
- die richtigen technologischen Hilfsmittel und Medien auswählen und verwenden, um mit unterschiedlichen Zielgruppen zu kommunizieren
- darüber nachdenken, wie erfolgreiche Kommunikation sich auf Verständnis und Zusammenarbeit in unserer vernetzten Welt auswirken

- Möglichkeiten zum individuellen oder kollektiven Handeln erkennen oder schaffen, um Verbesserung zu erreichen
- Optionen beurteilen und Aktionen auf der Grundlage von verlässlichen Quellen und der möglichen Wirkung planen
- (individuell oder kollektiv) kreativ und ethisch korrekt handeln, um zu einer Verbesserung beizutragen, sowie die Wirkung der gesetzten Aktionen abschätzen
- darüber nachdenken, wie man selbst für eine Verbesserung eintreten und zu dieser beitragen kann





## Infobox: Stereotype und Vorurteile

Unter **Stereotypen** versteht man eine vereinfachende, verallgemeinerte Darstellung komplexer Eigenschaften bzw. Verhaltensweisen von Personen, welche von vielen geteilt werden. Stereotype sind ganz gewöhnliche Vorgänge, die uns helfen Personen zu charakterisieren und die Komplexität der Umwelt zu reduzieren. Sie dienen als Orientierungshilfe und vereinfachen die Kommunikation mit Personen anderer Gruppen. Weiters schaffen sie Sicherheit und stärken die eigene Identität. Allerdings stellen sie nicht die Realität dar, sondern verzerren diese oft.

Auch **Vorurteile** sind verallgemeinerte Eindrücke, werden aber mit positiven oder negativen Emotionen besetzt. Sie beruhen nicht auf Erfahrungen, sondern auf Meinungen und Urteilen. Sie sind meist negativ behaftet.

Sowohl Stereotype als auch Vorurteile steuern die Wahrnehmung und können nur schwer verändert werden. Außerdem verhindern vor allem Vorurteile neue Erfahrungen, da der Kontakt zu allem Vorurteilsbehafteten vermieden wird.<sup>6</sup>

# Quellenangaben

<sup>1</sup> Tui Stiftung (2019) Junges Europa 2019- Die Jugendstudie der Tui Stiftung, <https://www.tui-stiftung.de/unsere-projekte/junges-europa-die-jugendstudie-der-tui-stiftung/junges-europa-2019-die-jugendstudie-der-tui-stiftung/> [2020-06-09].

<sup>2</sup> Youth Goals Structured Dialog (2018) The Youth Goals are the outcome of the Structured Dialogue with Youth 2017-18. They represent views of young people from all over Europe, <http://www.youthconf.at/wp-content/uploads/2018/04/YouthGoalsHandout.pdf> [2020-06-09]; European Commission (o.J.) Europäische Jugendziele, [https://ec.europa.eu/youth/policy/youth-strategy/youthgoals\\_de](https://ec.europa.eu/youth/policy/youth-strategy/youthgoals_de) [2020-06-09].

<sup>3</sup> Rat für Kulturelle Bildung e. V. (2019) Jugend/Youtube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019. Studie: Repräsentative Umfrage unter 12- bis 19-jährigen zur Nutzung kultureller Bildungsangebote an digitalen Kulturorten, [https://www.bosch-stiftung.de/sites/default/files/publications/pdf/2019-06/Studie\\_Jugend%20Youtube%20Kulturelle%20Bildung%202019.pdf](https://www.bosch-stiftung.de/sites/default/files/publications/pdf/2019-06/Studie_Jugend%20Youtube%20Kulturelle%20Bildung%202019.pdf) [2020-06-09].

<sup>4</sup> Nadine Funck (2016) LGBTQI – Was ist das?. Intersexualität, Transgender und Transsexualität - Begriffe, die uns im Alltag immer wieder begegnen. Doch was bedeuten sie eigentlich?, <https://www.sueddeutsche.de/leben/glossar-lgbt-was-ist-das-1.3091327> [2020-06-09]; Quix Kollektiv für kritische Bildungsarbeit (2016) Genderidentitäten, <https://www.quixkollektiv.org/glossar/genderidentitaeten/> [2020-06-09].

<sup>5</sup> GLOBALAB (2017) Six Steps to Global Citizenship. A Guide for Youth Workers, Youth Leaders and Trainers, [https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox\\_tool\\_download-file-1548/O3.GlobaLab\\_guide\\_EN.pdf](https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-1548/O3.GlobaLab_guide_EN.pdf) [2020-06-09].

<sup>6</sup> Bundeszentrale für politische Bildung (2014) M 01.06 Stereotypen und Vorurteile, <https://www.bpb.de/lernen/grafstat/fussball-und-nationalbewusstsein/130843/m-01-06-vorurteile-und-stereotypen> [2020-06-09]; IKUD Seminare (o.J.) Stereotyp und Vorurteil – Definition und Begrifflichkeit, <https://www.ikud.de/glossar/stereotyp-und-vorurteil.html> [2020-06-09].





# 3 VERWENDUNG DES METHODEN- HANDBUCHS

*Diana Nedeva*



Dieses Methodenhandbuch ist für verschiedene Lernsituationen mit jungen Menschen zwischen 14 und 30 Jahren konzipiert. Es wurde für Jugendarbeiter\_innen in der außerschulischen Bildungsarbeit entwickelt, kann aber auch von Lehrpersonen in der schulischen Bildungsarbeit eingesetzt werden. Die Aktivitäten wurden so entworfen, dass sie an das Alter der Teilnehmenden angepasst werden können. Die meisten Aktivitäten lassen sich sowohl mit Kleingruppen als auch mit größeren Gruppen mit bis zu 30 oder 35 Mitgliedern problemlos durchführen.

Eine Kombination von verschiedenen Methoden und Aktivitäten aus diesem Handbuch kann dabei helfen, die Teilnehmenden zu motivieren und sie dazu anzuregen, selbst aktiv zu werden.

## 3.1 Wie ist das Handbuch strukturiert

Dieses Methodenhandbuch ist in sechs Kapitel gegliedert, die durch die Verknüpfung mit der Popkultur unterschiedliche Aspekte zur Mobilisierung der jungen Teilnehmenden im Rahmen des Globalen Lernens behandeln. Im einleitenden *Kapitel 1* wurde umrissen, worum es im Projekt „Global Education Goes Local“ geht und wer hinter dem Methodenhandbuch steht. In *Kapitel 2* haben wir uns angesehen, was junge Menschen interessiert und uns mit den unterschiedlichen Elementen der Popkultur und deren Bedeutung für die jungen Menschen beschäftigt. Außerdem enthält es eine Einführung zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung, zu Globalem Lernen und zum globalen Kompetenzrahmen, auf dem das Handbuch basiert. In *Kapitel 3* wird nun erklärt, wie das Methodenhandbuch verwendet wird. In *Kapitel 4* werden wir die Lernaktivitäten vorstellen. Es umfasst die folgenden fünf Einheiten, die thematisch und methodisch mit Popkultur und den Interessen junger Menschen verknüpft sind: Wort und Ton; Fotografie und visueller Ausdruck; Bewegte Bilder; Soziale Medien und digitaler Aktivismus; und Street-Art und urbane Popkultur. In *Kapitel 5* werden wir uns mit dem Aktivwerden beschäftigen, das das Ergebnis des Prozesses des Globalen Lernens sein soll. In *Kapitel 6* werden wir schließlich auf die Bedeutung der Reflexion im Prozess des Globalen Lernens eingehen und es werden Beispiele für Reflexionsmethoden angeführt, die bei den zuvor vorgestellten Aktivitäten angewandt werden können.

### Die Aktivitäten

Alle Aktivitäten in diesem Methodenhandbuch sind praxisorientiert gestaltet und darauf ausgerichtet, die Teilnehmenden aktiv einzubeziehen. Es handelt sich um kreative und praktische Aktivitäten, die auf verschiedenen Elementen der Popkultur aufbauen und die das Interesse und die Neugier junger Menschen wecken sollen. Die Lernziele aller Aktivitäten stehen in Verbindung mit einem oder allen drei der im Projekt „Global Education Goes Local“ ausgewählten Ziele



für nachhaltige Entwicklung (SDGs 5, 11 und 12). Einige Aktivitäten umfassen Tätigkeiten im Freien, bei denen die Teilnehmenden dazu eingeladen werden, ihre Gemeinde/Stadt oder ihre nähere Umgebung zu erkunden und diese öffentlichen Bereiche in ihr Lernen miteinzubeziehen.

Die Anleitung zu jeder Aktivität ist aus Gründen der Übersichtlichkeit gleich strukturiert. Sie enthält folgende Elemente:



- **Einleitung**



- **Zielsetzung** – Was durch das Umsetzen dieser Aktivität erreicht werden soll.



- **Lernziele** – Was die Teilnehmenden durch die Aktivität lernen sollen.



- **Gruppengröße** – Für wie viele Teilnehmende die Aktivität empfohlen ist.



- **Dauer** – Wie viel Zeit die Aktivität ungefähr in Anspruch nimmt. Beachten Sie, dass die Dauer von der Gruppengröße und deren Motivation, der Art der Durchführung und dem Ansatz, den Sie für die Nachbereitung/Reflexion wählen, abhängig ist.



- **Materialien und/oder Platzbedarf** – Welche Materialien und gegebenenfalls wie viel Platz für die Durchführung der Aktivität benötigt werden.



- **Beschreibung der Aktivität** – Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie wir empfehlen, die Aktivität durchzuführen.



- **Reflexion** – Eine Auswahl an Beispielfragen, die Ihnen bei der Reflexion und der Nachbereitung der Aktivität helfen sollen.



- **Tipps für die Durchführung und Anpassungsmöglichkeiten**

Die Aktivitäten können zumeist unabhängig voneinander durchgeführt werden. Manchmal baut jedoch eine Aktivität auf einer anderen auf, die zur selben thematischen Einheit gehört, in diesem Fall wird in der Aktivität darauf hingewiesen.



## 3.2 Matrix

### GO POP: LERNEN – AKTIVITÄTEN

|                                                    | 4.1.1 Sag's mit einem Meme | 4.1.2 Sag's in der Comic-Welt | 4.1.3 Sag's mit Musik | 4.1.4 Sag's in einem Gedicht | 4.2.1 Mit Fotos arbeiten – Eine Sammlung von Methoden | 4.2.2 Wandgemälde/Street-Art | 4.2.3 Impressionen von anderswo | 4.2.4 Code of Conduct on Images and Messages | 4.3.1 Globale Superheld_innen | 4.3.2 Klappe zu, Film ab: Unsere nachhaltige Gemeinde/Stadt | 4.3.3 „Typisch weiblich“ vs. „typisch männlich“? | 4.3.4 Alles nach Drehbuch | 4.3.5 Herausforderungen neu denken | 4.4.1 Digitaler Aktivismus | 4.4.2 Einzelne digitale Werkzeuge | 4.4.3 Online und offline | 4.4.4 Digitale Kampagne leicht gemacht | 4.5.1 Dein Kommentar | 4.5.2 Müllkunst | 4.5.3 Dein Ort |
|----------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-----------------------|------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|--------------------------|----------------------------------------|----------------------|-----------------|----------------|
| 5 GESCHLECHTER-<br>GLEICHHEIT                      | x                          |                               | x                     |                              | x                                                     |                              | x                               | x                                            | x                             |                                                             | x                                                | x                         |                                    | x                          | x                                 | x                        | x                                      | x                    |                 | x              |
| 11 NACHHALTIGE<br>STÄDTE UND<br>GEMEINDEN          |                            | x                             |                       | x                            | x                                                     | x                            | x                               | x                                            | x                             | x                                                           |                                                  | x                         |                                    | x                          | x                                 | x                        | x                                      | x                    |                 | x              |
| 12 NACHHALTIGE/R<br>KONSUMENTEN-<br>PRODUKTION     |                            | x                             |                       | x                            | x                                                     |                              |                                 | x                                            | x                             |                                                             |                                                  | x                         |                                    | x                          | x                                 | x                        | x                                      | x                    | x               | x              |
| Allgemeine,<br>globale Themen /<br>Globales Lernen |                            |                               |                       |                              | x                                                     |                              |                                 | x                                            | x                             |                                                             |                                                  |                           | x                                  |                            |                                   |                          |                                        |                      |                 |                |

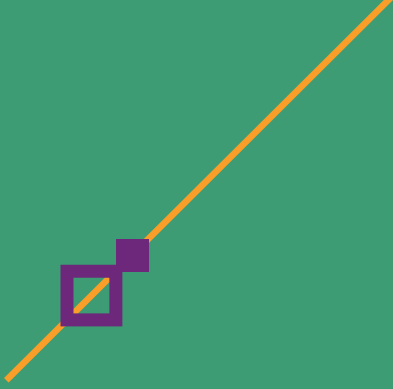
## 3.3 Tipps für den\_die Betreuer\_in

Als Trainer\_in oder Betreuer\_in bei den Aktivitäten haben Sie verschiedene Aufgaben. Eine davon ist, die Teilnehmenden während des Lernprozesses zu unterstützen. Es gibt viel Literatur dazu, wie man die eigenen Vermittlungskompetenzen weiterentwickeln und verbessern kann. Zusätzlich zu den spezifischen Tipps, die bei jeder Aktivität angeführt sind, möchten wir hier einige Hinweise geben, die sich auf Inhalt und Methodik dieses Handbuchs sowie auf die von uns angesprochene Zielgruppe beziehen:

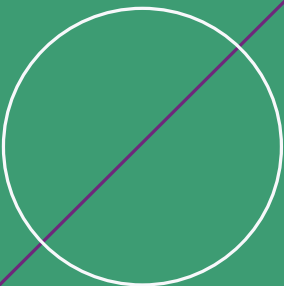
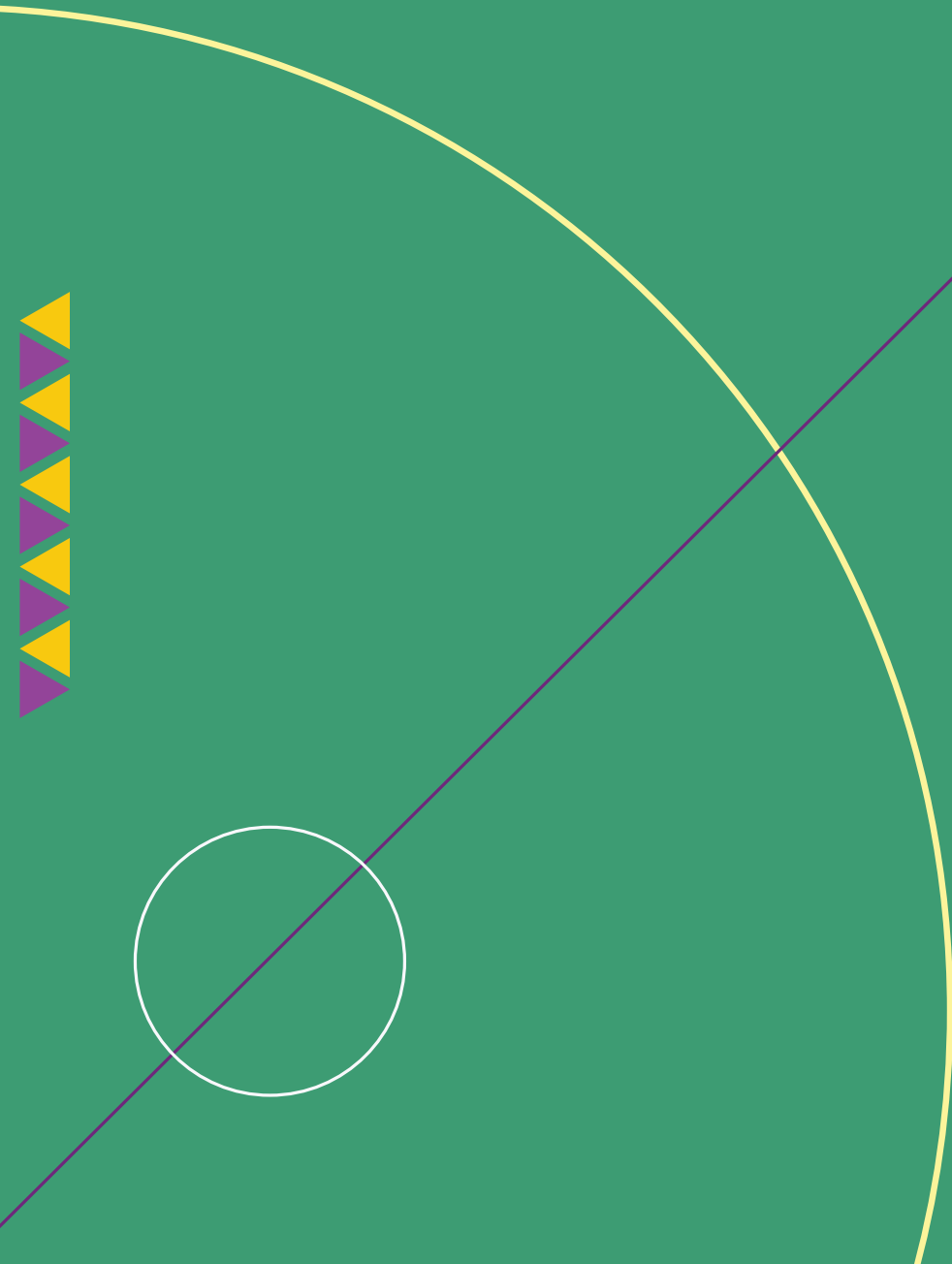
- Die Aktivitäten sind für Teilnehmende zwischen 14 und 30 Jahren konzipiert. Wir empfehlen Ihnen, die Aktivität vor der Durchführung an das Alter, den Hintergrund und das Vorwissen Ihrer Teilnehmenden anzupassen.
- Beachten Sie bitte etwaige rechtliche Rahmenbedingungen, insbesondere für Aktivitäten im Freien.
- Seien Sie flexibel und kreativ in Bezug auf:



- *die Materialien.* Die Materialien der Aktivitäten können in unterschiedlicher Weise eingesetzt werden.
  - *den Ort.* Dieser kann den Lernprozess bzw. die Lernerfahrung der Teilnehmenden entweder begünstigen oder behindern. Für die Durchführung der Aktivitäten ist es wichtig, den richtigen Ort zu wählen bzw. diesen angenehm zu gestalten.
  - *die Zeit.* Bitte beachten Sie, dass sich die Dauer nach der Gruppengröße und Motivation der Gruppe, der Art der Durchführung und dem Ansatz, den Sie für die Reflexion wählen, richtet.
- Passen Sie die Komplexität und Anzahl der Reflexionsfragen an die Teilnehmenden an. Jede Gruppe ist anders und daher sollten auch die Fragen andere sein.
  - Diese Publikation wurde 2019 erstellt. Es ist gut möglich, dass manche Inhalte bei den jungen Menschen, mit denen Sie arbeiten, nicht mehr in Mode sind. Vergewissern Sie sich daher, dass die Beispiele, die Sie verwenden wollen, in Ihrer Gruppe angesagt sind.
  - Wählen Sie Beispiele von bekannten Persönlichkeiten gewissenhaft aus, denn manche senden widersprüchliche Signale zu bestimmten Themen aus. So kann zum Beispiel eine Berühmtheit behaupten, verantwortungsbewusst zu sein und sich im Kampf gegen den Klimawandel zu engagieren, aber gleichzeitig ist sie\_er Inhaber\_in einer Fabrik, die behördliche Vorgaben missachtet und die Umwelt verschmutzt.
  - Wenn Sie Fotos von den Teilnehmenden oder Ergebnisse der Aktivitäten im Internet oder anderswo veröffentlichen wollen, holen Sie zuvor das Einverständnis der Teilnehmenden oder das ihrer Erziehungsberechtigten ein.



# 4 GO POP: LERNEN



## 4.1 Wort und Ton

*Diana Nedeva*

In dieser Einheit haben wir Aktivitäten zusammengestellt, die junge Menschen dazu anregen sollen, **Wort und Ton** als Ausdrucksformen bei der Beschäftigung mit den SDGs zu verwenden und Geschichten, die sie berühren, zu hören und zu erzählen. Indem sie Geschichten erzählen, neu denken und umschreiben, können die Teilnehmenden in einen kritischen Dialog, der ihre eigenen Erfahrungen mit dem „großen Ganzen“ in Beziehung setzt, treten.

Bei den Aktivitäten haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, einander Geschichten zu erzählen und ihre eigenen Erfahrungen zu interpretieren. Indem sie in diese fiktive Welt eintauchen, können sie selbst den Verlauf der Geschichte bestimmen. Die Aktivitäten bieten eine Reihe von Lernmöglichkeiten, wie das Einbringen von eigenem Wissen, Learning by Doing, die Reflexion und kooperatives Lernen.

Bei den Aktivitäten können Sie als Betreuer\_in entscheiden, ob Sie zum Beispiel konkrete Figuren aus Büchern beziehungsweise Filmen verwenden oder andere Methoden wählen, um Schlagworte zu finden, die eine bestimmte Vorstellung untermauern oder in Frage stellen.



## 4.1.1 Sag's mit einem Meme



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität arbeiten wir mit Memes. Das sind aussagekräftige Motive, die mit einem Text kombiniert werden und so neue Bedeutungen erhalten. Sie beziehen sich meist auf aktuelle Ereignisse oder beliebte Serien beziehungsweise Filme und verbreiten sich wie Lauffeuer über das Internet. Diese Ausdrucksform ist bei jungen Menschen sehr beliebt und kann dazu dienen, eine Vielzahl von Inhalten zu vermitteln.



### ZIELSETZUNG

Sich mit den Gründen für die Diskriminierung von Frauen und Mädchen und deren unterschiedlichen Formen auseinandersetzen (SDG 5).



### LERNZIELE

- die Teilnehmenden mit Geschlechterstereotypen und Vor-

urteilen (eine Definition von Stereotypen und Vorurteilen finden Sie [auf Seite 23](#)) sowie Sexismus (Definition unten) zu konfrontieren

- kritisches Denken und Diskussionskompetenz entwickeln
- Solidarität, Gleichberechtigung und Respekt fördern



### GRUPPENGROSSE

5 bis 25 Teilnehmende



### DAUER

60 bis 90 Minuten



### MATERIALIEN

- Papier
- Klebstoff
- Scheren
- Kugelschreiber/Bleistifte/Filzstifte
- Beispiele von Memes
- Zeitschriften mit Bildern
- evtl. Smartphones, Tablets oder Laptops zum surfen

## Infobox: Sexismus

Unter Sexismus wird die Diskriminierung von Menschen aufgrund ihrer Geschlechtszugehörigkeit verstanden. Damit einher geht die Annahme, dass ein Geschlecht dem anderen von Natur aus überlegen sei. Diese Ideologie der Hierarchie der Geschlechter und zugehöriger Geschlechterrollen dient als Rechtfertigung für Diskriminierung, Benachteiligung, Unterdrückung und sexistisches Verhalten bzw. Einstellungen.<sup>1</sup>



## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### VORBEREITUNG:

Erklären Sie den Teilnehmenden, dass sie ihr Smartphone oder ein anderes Gerät benötigen, mit dem sie im Internet surfen können. Wenn nicht alle Teilnehmenden ein solches Gerät haben, stellen Sie sicher, dass zumindest in jeder Gruppe ein Gerät zur Verfügung steht.

### ABLAUF:

#### *Schritt 1:*

- Bilden Sie Gruppen mit zwei bis vier Mitgliedern.
- Machen Sie mit den Teilnehmenden ein Brainstorming. Fragen Sie sie, was sie denken, was die Begriffe „Stereotype“, „Vorurteile“ und „Sexismus“ bedeuten. Erarbeiten Sie mit ihnen gemeinsam eine Definition dieser Begriffe als Ergebnis des Brainstormings.

#### *Schritt 2:*

- Bitten Sie die Teilnehmenden, ihre eigenen Memes zu gestalten. Teilen Sie ihnen dazu Zeitschriften aus, aus denen sie Bilder ausschneiden können, auf denen sie dann Zeichnungen und Text hinzufügen können. Das Thema der Memes sollen die unterschiedlichen Geschlechter sein. Die Teilnehmenden können sich dabei auf etwas beziehen, das sie gehört oder gelesen haben und/oder über ihre eigene Meinung schreiben.

#### *Schritt 3:*

- Bitten Sie die Teilnehmenden, ihre Memes den anderen Teilnehmenden zu präsentieren. Fragen Sie sie nach ihrer Meinung zu dem, was sie sehen und besprechen Sie mit Ihnen, warum sie sich bei ihrem Meme gerade für dieses Bild und diesen Text entschieden haben.
- Beginnen Sie die Diskussion damit, die Teilnehmenden nach ihren bisherigen Erfahrungen mit Memes zu fragen. Haben sie schon einmal sexistische Memes gesehen? Wo war das? Wie haben sie sich dabei gefühlt?
- Sie können die Teilnehmenden auch bitten, online weitere Memes zu suchen, und diese mit ihnen, vor allem im Hinblick auf Geschlechtergleichstellung, besprechen.





## REFLEXION

- Wie habt ihr entschieden, wie ihr euer Meme gestaltet?
- Um wen geht es bei euren Memes? Handeln die Memes der Gruppe eher von Männern oder Frauen?
- Denkt ihr, dass das wirklich so ist?
- Was könnten wir an eurem Meme ändern, damit es das Gegenteil (oder etwas anderes) ausdrückt?
- Gibt es positive und negative Seiten an der Verwendung von Memes?
- Würdet ihr etwas an eurem Meme ändern, jetzt wo ihr andere Memes im Internet gesehen habt?

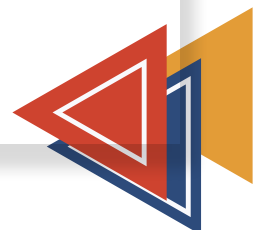


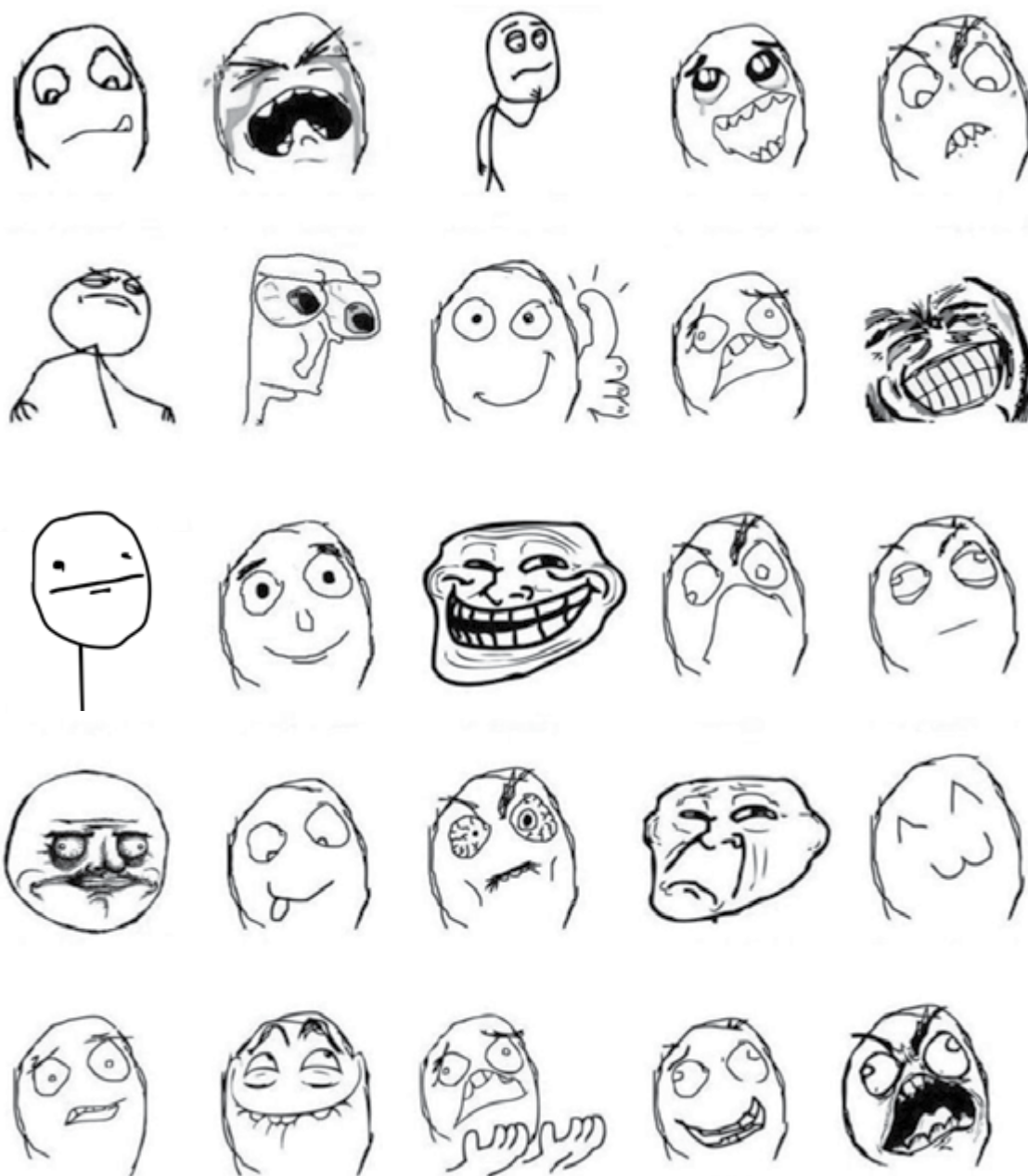
## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

- Die Teilnehmenden können einzeln oder in Gruppen mit zwei bis vier Mitgliedern arbeiten. Erklären Sie, was ein Meme ist, wenn es Teilnehmende gibt, die den Begriff nicht kennen oder bisher noch keine Memes gesehen haben. Sie können auch einen der Teilnehmenden bitten, den anderen zu erklären, was ein Meme ist.
- Sie können für das Erstellen der Memes auch Webseiten verwenden, auf denen man online Memes gestalten kann. Diese Webseiten stellen Bilder mit Feldern, in denen man einen Text hinzufügen kann, zur Verfügung und es gibt die Möglichkeit, eigene Bilder hochzuladen.
- Bei der Vorbereitung dieser Aktivität können Sie nach Möglichkeit Folgendes einbeziehen:
  - Die [Aktivität 4.3.3 „Typisch weiblich vs. „typisch männlich“?](#)
  - Ein Brainstorming zu dem, was den Teilnehmenden einfällt, wenn sie die Worte „Bub“/„Mann“ und „Mädchen“/„Frau“ hören und eine Diskussion über die gesellschaftlich konstruierten Rollen und wie diese mit Stereotypen, Vorurteilen und Sexismus sowie (fehlender) Geschlechtergleichstellung in Verbindung stehen.
  - Die Erweiterung der Aktivität auf lesbische, schwule, bisexuelle, transsexuelle, transgender, queere, intersexuelle und asexuelle Menschen (LGBTQIA+) beziehungsweise alle Menschen, die nicht der Heteronormativität entsprechen. ([Definition siehe Seite 19](#))

### Varianten:

- Sie können bestehende Memes als Beispiele für die Diskussion von diesem SDG oder zum Thema eines anderen SDGs vorbereiten. Achten Sie darauf, dass die Beispiele geeignet und anschaulich sind.







## 4.1.2 Sag's in der Comic-Welt



### EINLEITUNG

Comics können ein wirkungsvolles Werkzeug sein, um Ideen mittels der Kombination aus Bild und Text auszudrücken. Die Teilnehmenden können bei dieser Aktivität mit klassischen Comic-Figuren arbeiten oder ihre eigenen entwerfen. In Comics können abstrakte und komplexe Konzepte durch die Verwendung von Bildern und den Einsatz von Metaphern vereinfacht dargestellt werden.



### ZIELSETZUNG

Die Teilnehmenden zu einem Prozess hinführen, bei dem sie Lösungen für Probleme in Zusammenhang mit den SDGs finden (Fokus auf SDG 11 und 12).



### LERNZIELE

- Problemlösungskompetenz, kritisches Denken und Diskussionskompetenz entwickeln
- Offenheit und soziales Verantwortungsbewusstsein stärken



### GRUPPENGROSSE

5 bis 25 Teilnehmende



### DAUER

100 bis 120 Minuten



### MATERIALIEN

- Papier
- Scheren
- Kugelschreiber/Filzstifte



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Achten Sie darauf, dass jede\_r Teilnehmende ausreichend Materialien und genug Platz hat.

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Geben Sie eine Einführung zu den Hauptelementen eines Comics, wie *Caption* (Platz für Text), *Panel* (einzelnes Bild auf einer Comicseite), *Gutter* (leerer Raum zwischen den Panels) oder Sprechblase.
- Vertiefende Informationen hierzu finden Sie hier: <https://www.friedrich-verlag.de/shop/mwdownloads/download/link/id/12259/>



### **Schritt 2:**

- Konzentrieren Sie sich auf ein SDG und besprechen Sie dieses mit den Teilnehmenden: Worum geht es genau? Warum ist das wichtig? Wer trägt die Verantwortung und sollte an der Erreichung des Ziels arbeiten (wer sind die Interessenträger\_innen)? Welche Herausforderungen gibt es?
- Bitten Sie die Teilnehmenden, einzeln oder in der Gruppe darüber nachzudenken, wen die Figuren in ihrem Comic darstellen sollen und was deren Ziel und Rolle sein könnte.

### **Schritt 3:**

- Bitten Sie die Teilnehmenden, ihre eigenen Comics zu zeichnen.
- Wenn alle fertig sind, bitten Sie die Teilnehmenden, den anderen ihre Zeichnung zu zeigen und zu erzählen, was in ihrem Comic passiert.



### **REFLEXION**

- War es schwierig für euch, zu entscheiden, auf welche Herausforderungen ihr euch in euren Comics konzentrieren wollt?
- Wie habt ihr die Hauptfiguren ausgewählt? Was sind die Eigenschaften der Hauptfiguren? Was ist typisch für sie? Sind sie realistisch?
- Wie seid ihr auf das Ende eurer Geschichte gekommen?
- Ist das Ende realistisch? Was könnte es realistischer machen?



### **TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN**

Sie können vorgeben, wie lang der Comic sein sollte. Je nach Gruppengröße und Alter der Teilnehmenden können Sie die Aktivität auch ein wenig anders gestalten:

- Sie können die Teilnehmenden bitten, das Ende ihres Comics offen zu lassen. Am Schluss sollte ein ungelöstes Problem stehen. Dann bitten Sie die restlichen Teilnehmenden, eine Lösung für das Problem zu finden und dabei verschiedene Möglichkeiten auszuloten.



- Die Teilnehmenden sollen herausfinden, welche unterschiedlichen Interessenträger\_innen es gibt und was deren Bedürfnisse sind. Bilden Sie Gruppen. Jede Gruppe soll ein Comic-Ende zeichnen, bei dem die Bedürfnisse von einem der Interessenträger\_innen erfüllt werden. Bitten Sie die Teilnehmenden danach, ihre Comics zu präsentieren und diskutieren Sie gemeinsam, wie das Problem gelöst werden kann und gleichzeitig alle Bedürfnisse respektiert werden. Stellen Sie dabei sicher, dass den Teilnehmenden klar ist, was der Unterschied zwischen *Bedürfnissen* und *Wünschen* ist.



## 4.1.3 Sag's mit Musik



### EINLEITUNG

Ein eingängiger Popsong kann Textzeilen enthalten, die auf Sexismus, Gewalt, Frauen als Sexobjekte und viele andere Aspekte, die eine Form der Erniedrigung darstellen, anspielen. Diese Aktivität soll die Teilnehmenden dazu anregen, gemeinsam über diese Tatsache nachzudenken.



### ZIELSETZUNG

Geschlechterstereotypen in der Popkultur kritisch analysieren



### LERNZIELE

- die Teilnehmenden für Geschlechterstereotypen und Sexismus sensibilisieren
- kritische Analysefähigkeit entwickeln und Geschlechterstereotypen und Diskriminierung ergründen
- Solidarität, Gleichberechtigung und Respekt fördern



### GRUPPENGROSSE

5 bis 15 Teilnehmende



### DAUER

60 bis 90 Minuten



### MATERIALIEN

- Ausdrucke des ausgewählten Songtexts
- Kugelschreiber





## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### Vorbereitung:

- Wählen Sie Popsongs aus, deren Texte respektlos gegenüber Männern oder Frauen und/oder sexistisch sind.
- Drucken Sie die Songtexte der ausgewählten Popsongs aus, sodass für jede Gruppe ein Exemplar zur Verfügung steht.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Lesen Sie den Teilnehmenden einen Songtext oder einen Teil davon vor, so als ob er eine Geschichte wäre.
- Fragen Sie die Teilnehmenden, woher sie denken, dass der von Ihnen vorgelesene Text stammt.

#### Schritt 2:

- Bilden Sie Gruppen und teilen Sie ihnen den vorgelesenen Songtext aus.
- Die Gruppen sollen den Songtext so umschreiben, dass er nicht mehr verletzend, respektlos oder erniedrigend ist.
- Bitten Sie jede Gruppe, ihren neuen Songtext zu präsentieren. Bieten Sie der Gruppe die Möglichkeit, ihren Songtext auch zu singen oder zu rappen. Diskutieren Sie mit ihnen darüber, wie das Neuschreiben die Bedeutung des Songs verändert hat.



## REFLEXION

- Ist es einfach Songtexte zu finden, die in irgendeiner Form respektlos oder verletzend gegenüber Frauen sind?
- Kennt ihr Songs, die respektlos gegenüber Männern sind?
- Hat euch etwas an dem Originalsongtext überrascht?
- Inwiefern ist der neue Song anders als die Originalversion?
- Warum hören wir uns Songs mit solchen Texten überhaupt an?



## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

Zusätzlich können Sie die Teilnehmenden bitten, Songs zu suchen, die Geschlechtergleichstellung, Empowerment und Partizipation von Frauen befürworten, und diese Songtexte besprechen.



## 4.1.4 Sag's in einem Gedicht



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität schreiben wir Gedichte nach dem Konzept der *borrowed poetry*. Die Teilnehmenden verwenden dabei Wörter aus einem bestehenden Text, spielen mit deren Bedeutung und machen daraus ihre eigenen Gedichte.



### ZIELSETZUNG

Diese Aktivität soll als Einführung in die SDGs 11 und 12 dienen und ein tieferes Verständnis des jeweiligen Ziels ermöglichen.



### LERNZIELE

- mehr über die Konzepte inklusive, sichere und nachhaltige Städte (SDG 11) sowie nachhaltige Konsum- und Produk-

- tionsmuster (SDG 12) lernen
- kritisches Denken und Diskussionskompetenz entwickeln
- soziales Verantwortungsbewusstsein stärken sowie Engagement und Aktivismus fördern



### GRUPPENGROSSE

5 bis 25 Teilnehmende



### DAUER

45 bis 60 Minuten



### MATERIALIEN

- Exemplare oder Kopien von beliebten Zeitschriften
- Papier
- Kugelschreiber und Filzstifte



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

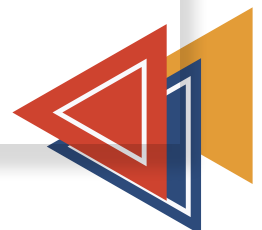
#### Vorbereitung:

Wählen Sie Zeitschriften aus, die ausreichend Text enthalten und bereiten Sie genügend Exemplare/Kopien für alle Teilnehmenden vor. Sie können auch Texte aus beliebten Online-Medien ausdrucken.

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Erklären Sie das Konzept von *borrowed poetry*. Diese Art von Lyrik ist dadurch gekennzeichnet, dass dabei Wörter aus einem bestehenden Text (zum Beispiel aus einer Zeitung, einem Roman oder einer Zeitschrift) verwendet werden, um daraus ein neues, eigenes Gedicht zu schreiben. Wie viele Wörter für das neue Gedicht verwendet werden, kann jede\_r selbst entscheiden.





### **Schritt 2:**

- Teilen Sie den Teilnehmenden die Exemplare oder Kopie von den Zeitschriften aus, in denen es um das SDG geht, an dem Sie mit ihnen arbeiten wollen.

### **Schritt 3:**

- Bitten Sie die Teilnehmenden, ihre eigenen Gedichte zu verfassen und dabei die ausgeteilten Texte zu verwenden, indem sie Wörter durchstreichen und nur jene verwenden, die sie für ihr Gedicht beibehalten wollen. Sie können zu den ausgewählten Wörtern auch neue Wörter hinzufügen.
- Die Teilnehmenden sollen in ihrem Gedicht eine der folgenden Fragen beantworten:
  - Wie steht dieses SDG mit mir in Verbindung?
  - Was wäre die schlechtestmögliche Situation in Zusammenhang mit diesem SDG?



### **REFLEXION**

- Was wäre die bestmögliche Situation in Zusammenhang mit diesem SDG?
- Wie ist es euch bei diesem Prozess ergangen?
- Ist das, was ihr geschrieben habt, eurer Meinung nach für die heutige Welt von Bedeutung?
- Denkt ihr, dass Gedichte von aktuellen Themen handeln können?
- Wie helfen uns Gedichte, über verschiedene Themen nachzudenken?
- Sind die Themen des SDGs in Mainstream-Zeitschriften oft zu finden?



### **TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN**

Wenn Sie mit einer Gruppe arbeiten, der die SDGs 11 und 12 nicht geläufig sind, sollten Sie vor dem Beginn der Aktivität eine Einführung mit den wichtigsten Informationen zu dem jeweiligen SDGs geben. Eine kurze Beschreibung der SDGs finden sie unter dem auf [Seite 20](#) angegebenen Link.

### **Varianten:**

- Die Teilnehmenden können mit den ausgewählten Wörtern Kurzgeschichten statt Gedichte schreiben. Das könnte für die Teilnehmenden einfacher sein, wenn sie noch keine Erfahrung mit dem Lesen oder Schreiben von Gedichten haben oder wenn sie einfach lieber Geschichten schreiben.
- Die Teilnehmenden können mit den Schlagwörtern auch eine Rede schreiben. Außerdem können Sie die Teilnehmenden fragen, ob ihnen berühmte





Personen einfallen, die eine Rede zu einem Thema mit Bezug zu den SDGs gehalten haben (zum Beispiel Emma Watson, Malala Yousafzai oder Stephen Hawking).

- Sie können den Teilnehmenden einige Wörter vorgeben, die mit dem SDGs in Zusammenhang stehen, wie zum Beispiel: Erde, Millionen Menschen, Ressourcen oder nachhaltige Gemeinschaften. Bitten Sie sie dann, eine Kurzgeschichte oder ein Gedicht zu schreiben, indem sie eigene Wörter hinzufügen.

## 4.2 Fotografie und visueller Ausdruck

*Kerstin Wittig-Fergeson*

Fotografie und visueller Ausdruck umfassen ein sehr breites Spektrum an Formen der Dokumentation und Gestaltung: von rein sachlicher Dokumentation, über illustrierende Geschichten, bis hin zum Schaffen von Kunstwerken, die die Betrachter\_innen und Zuseher\_innen zum Genießen, Nachdenken, Reflektieren und vielleicht auch zum Aktivwerden anregen.

Die Fotografie als „Verfahren zur Herstellung dauerhafter, durch elektromagnetische Strahlen oder Licht erzeugter Bilder“<sup>2</sup> wurde zum ersten Mal in den 1830er-Jahren verwendet. Die Dokumentation wurde dadurch grundlegend verändert, da Fotografie die Möglichkeit bot, ein Bild unmittelbar, scheinbar automatisch durch eine Linse aufzunehmen und dem\_r Betrachter\_in so ein Gefühl von Authentizität zu vermitteln, das bei einer Zeichnung oder einer anderen Abbildung der Realität fehlte. Sprichwörtlich lügt die Kamera ja nie und Fotos werden oft als objektive Wiedergabe der Wirklichkeit angesehen.

Die Aktivitäten in diesem Kapitel werden den Teilnehmenden allerdings vor Augen führen, dass es bei Fotos einigen Spielraum für Manipulation gibt. Die Auswahl des Bildausschnitts, der Winkel und die Perspektive, das Licht, die Belichtungszeit und die Techniken der Filmentwicklung wurden bereits intensiv von Künstler\_innen und Journalist\_innen genutzt, um Bilder entstehen zu lassen und zu manipulieren, bestimmte Geschichten in den Fokus zu rücken und eine gewisse Wirkung und Reaktion bei den Betrachter\_innen zu erzeugen.

Der Durchbruch der digitalen Fotografie schuf schier unendlich viele neue Möglichkeiten und eröffnete andere Wege, Fotos zu machen und diese zu verwenden. Wir alle haben schon einmal Fotos gesehen, die mit Photoshop bearbeitet wurden, aber genauso echt und authentisch aussehen wie ein Original.

Heute trägt jede\_r den Fotoapparat in Form des allgegenwärtigen Smartphones mit sich in der Tasche. Selbst junge Teenager haben bereits Smartphones und wissen die darin eingebauten Kameras zu nutzen. Dadurch haben sie nicht nur die Möglichkeit, beinahe unendlich viele Fotos zu machen, sondern sie können

diese auch über die sozialen Medien unmittelbar teilen und öffentlich machen. Das Festhalten von Momenten ist heute so einfach wie noch nie und Fotos sind praktisch überall präsent und leicht zugänglich.

Außerdem ist es heute für jede\_n problemlos möglich, selbst Videos zu drehen. Zum Erstellen von Inhalten wird immer stärker auf kurze Videos statt auf Text zurückgegriffen, und zwar nicht nur in Form von Filmen, sondern auch mithilfe von digital animiertem Bildmaterial.

In diesem Kapitel beschäftigen wir uns mit einigen Arten der Manipulation und des Framings, der Verwendung von Bildern und Botschaften sowie deren Wirkung. Wir wollen die Teilnehmenden dabei unterstützen, über ihre eigene Wahrnehmung von Fotos und anderem Bildmaterial nachzudenken. Eine der Aktivitäten widmet sich den Verhaltensgrundsätzen des *Code of Conduct on Images and Messages*<sup>3</sup>, den immer mehr entwicklungspolitische Organisationen heranziehen und der darauf abzielt, dass Bilder und Botschaften hohe Standards und die menschliche Würde respektieren.

Auch Südwind hat in den Corporate Design Gestaltungsrichtlinien einen kurzen Code of Conduct zu Bildmaterialien.

## 4.2.1 Mit Fotos arbeiten – Eine Sammlung von Methoden



### EINLEITUNG

Im Folgenden haben wir eine Auswahl an Methoden zusammengestellt, die verwendet werden können, wenn man mit Fotos oder anderem gedruckten Bildmaterial arbeiten möchte. Diese Methoden umfassen: Bilder schneiden, einen Bildausschnitt wählen, Bildunterschriften finden, ein Bild ab- bzw. entdecken und zu einem Bild Fragen stellen. All diese Methoden funktionieren mit jeglichen Themen und können daher auch in anderen thematischen Kontexten eingesetzt werden.

menden dazu anregen, Fotos kritisch zu betrachten und zu analysieren, indem sie diese in einen breiteren Kontext einbetten.



### LERNZIELE

- kritisches Denken fördern
- über die eigenen Perspektiven und persönlichen Bezugssysteme bei der Betrachtung von Situationen/Themen nachdenken
- zur Zusammenarbeit und zum kreativen Denken anregen



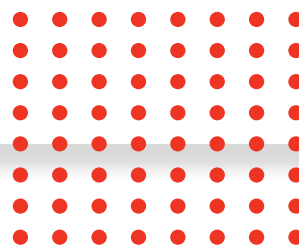
### ZIELSETZUNG

Diese Aktivität soll die Teilneh-



### GRUPPENGROSSE

5 bis 30 Teilnehmende





## 4.2.1.a Ein Bild auswählen



### DAUER

15 Minuten



### MATERIALIEN

- Fotos
- farbige Klebepunkte



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Hängen bzw. legen Sie die Fotos im Raum auf .

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Geben Sie jedem\_r Teilnehmenden zwei farbige Klebepunkte.
- Bitten Sie die Teilnehmenden, sich alle Fotos anzusehen und die beiden auszuwählen, die ihnen am besten gefallen, indem sie ihre Klebepunkte darauf anbringen.

##### Schritt 2:

- In Zweiergruppen sollen die Teilnehmenden darüber sprechen, warum sie diese Fotos ausgewählt haben.

##### Schritt 3:

- Besprechen Sie mit allen gemeinsam, welche Fotos am öftesten ausgewählt wurden.



### REFLEXION

- Welche Fotos wurden ausgewählt und warum?
- Welche Fotos wurden nicht ausgewählt und warum?





## 4.2.1.b Ein Bild beschreiben



### DAUER

15 Minuten



### MATERIALIEN

- Fotos
- Papier
- Filzstifte/Malkreiden/Farbstifte zum Zeichnen



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Es ist keine besondere Vorbereitung nötig.

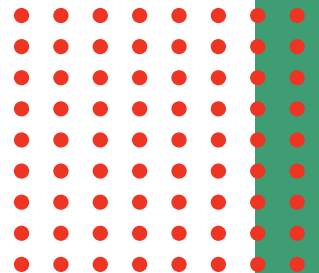
#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Bilden Sie Zweiergruppen und teilen Sie den Teilnehmenden Zeichenmaterial aus.
- Geben Sie einer\_m Teilnehmenden in jeder Zweiergruppe ein Foto und bitten Sie sie\_ihn, es eine Minute lang anzusehen.

##### Schritt 2:

- Bitten Sie die Teilnehmenden, das Foto umzudrehen und es der\_m anderen zu beschreiben. Die\_Der andere Teilnehmende versucht zu zeichnen, was sie\_er hört.
- Dann sollen die Teilnehmenden das Original mit der Zeichnung



### REFLEXION

- Welche Dinge wurden am treffendsten beschrieben und warum?
- Was wurde weggelassen und warum?
- Wurde etwas beschrieben, was gar nicht da war?

## 4.2.1.c Ein Bild schneiden



### DAUER

15 Minuten



### MATERIALIEN

- Fotos
- große Papierblätter und Klebepads
- Filzstifte/Malkreiden/Farbstifte



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Kleben Sie jedes Foto in die Mitte eines großen Blattes Papier. Decken Sie das Foto teilweise ab, indem Sie mit den Klebepads Papier darauf befestigen.

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Bilden Sie Gruppen.
- Teilen Sie jeder Gruppe ein „geschnittenes“ Foto aus.
- Jede Gruppe rät nun, was auf dem abgedeckten Teil des Fotos zu sehen sein könnte.

##### Schritt 2:

- Bitten Sie die Teilnehmenden, auf die leeren Stellen zu zeichnen oder zu schreiben, was ihrer Meinung nach zu sehen sein könnte.
- Zeigen Sie den Teilnehmenden das gesamte Foto und vergleichen Sie mit ihnen die beiden Bilder.



### REFLEXION

- Was habt ihr dem Foto hinzugefügt?
- Warum habt ihr euch so entschieden?
- Welche Unterschiede gibt es zwischen eurem Bild und dem Original?
- Hat euch etwas am Original überrascht?



Picture credit: designed by pch.vector / Freepik

## 4.2.1.d Über die Grenzen hinaus



### DAUER

15 Minuten



### MATERIALIEN

- Fotos
- große Papierblätter und Klebepads
- Filzstifte/Malkreiden/Farbstifte



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Es ist keine besondere Vorbereitung nötig.

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Zeigen Sie der Gruppe die einzelnen Fotos und besprechen Sie, was auf ihnen zu sehen ist. Die Teilnehmenden sollen dabei ganz genau hinsehen und herausfinden, welches die wichtigsten Bildausschnitte sind.

##### Schritt 2:

- Kleben Sie jedes Foto in die Mitte eines großen Blattes Papier.
- Die Teilnehmenden sollen zu zweit das Foto erweitern, indem sie darum herum zeichnen und/oder malen.



### REFLEXION

- Wie seid ihr darauf gekommen, was um das Foto herum zu sehen ist?
- Könnte auch etwas anderes zu sehen sein?
- Warum denkt ihr, dass der\_die Fotograf\_in dieses Foto gemacht hat?



## 4.2.1.e Sprechblasen



### DAUER

15 Minuten



### MATERIALIEN

- Fotos, auf denen Menschen zu sehen sind
- große Blätter Papier und Klebepads
- Filzstifte/Malkreiden/Farbstifte
- Scheren



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Schneiden Sie aus unbedrucktem Papier große Sprechblasen aus.

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Bilden Sie Gruppen mit maximal fünf Mitgliedern.
- Bitten Sie jede Gruppe, ein Foto auszuwählen und besprechen Sie mit den Teilnehmenden, was darauf zu sehen ist und wie sich die abgebildeten Menschen fühlen könnten.

##### SCHRITT 2:

- Die Gruppe soll gemeinsam entscheiden, was die Personen auf dem Foto zueinander sagen und das Gesagte in die Sprechblasen schreiben und auf das Foto kleben.



### REFLEXION

- Welche Ähnlichkeiten gibt es zwischen dem, was ihr auf dem Foto seht, und eurem eigenen Leben? Was ist anders?
- Welchen Zusammenhang gibt es zwischen der Situation auf dem Foto und eurer Gemeinde/Stadt/Schule/Familie?
- Wie habt ihr euch dafür entschieden, was die Personen auf dem Foto sagen?
- Was würdet ihr die Personen fragen oder ihnen sagen, wenn ihr sie treffen würdet?



Picture credit: designed by pch.vector / Freepik

## 4.2.1.f Bildunterschriften finden



### DAUER

20 Minuten



### MATERIALIEN

- Fotos
- große Blätter Papier
- Papierstreifen und Klebepads
- Filzstifte



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Es ist keine besondere Vorbereitung nötig.

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Bilden Sie Gruppen und geben Sie jeder ein Foto, Papier, Klebepads, Papierstreifen und Filzstifte.
- Bitten Sie jede Gruppe, sich ihr Foto anzusehen und zu besprechen, was sie darauf sehen. Die Gruppen sollen sich drei verschiedene Bildunterschriften für ihr Foto überlegen:
  1. Eine neutrale Bildunterschrift, die das Foto beschreibt, so als würde es in einer Zeitung abgedruckt sein.
  2. Eine Bildunterschrift, die die Teilnehmenden auf ihrem Instagram-Account zu diesem Foto posten würden, wenn sie es kürzlich bei einer Reise aufgenommen hätten. Dabei sollen sie auch Hashtags verwenden.
  3. Eine Bildunterschrift aus der Sicht einer lokalen NGO oder eines Jugendzentrums, die um finanzielle Unterstützung für ihre Tätigkeit werben.

##### Schritt 2:

- Die Teilnehmenden sollen das Foto mit den verschiedenen Bildunterschriften der gesamten Gruppe präsentieren. Wie ändert sich die Wahrnehmung des Fotos durch die jeweilige Bildunterschrift?



## REFLEXION

- Welche Unterschiede gibt es zwischen den verschiedenen Versionen von Bildunterschriften? Was überrascht euch dabei?
- Was fühlt ihr, wenn ihr die verschiedenen Bildunterschriften hört?
- Welche Bildunterschrift erregt bei euch am meisten Aufmerksamkeit?
- Aus welcher Perspektive sind die verschiedenen Bildunterschriften verfasst?

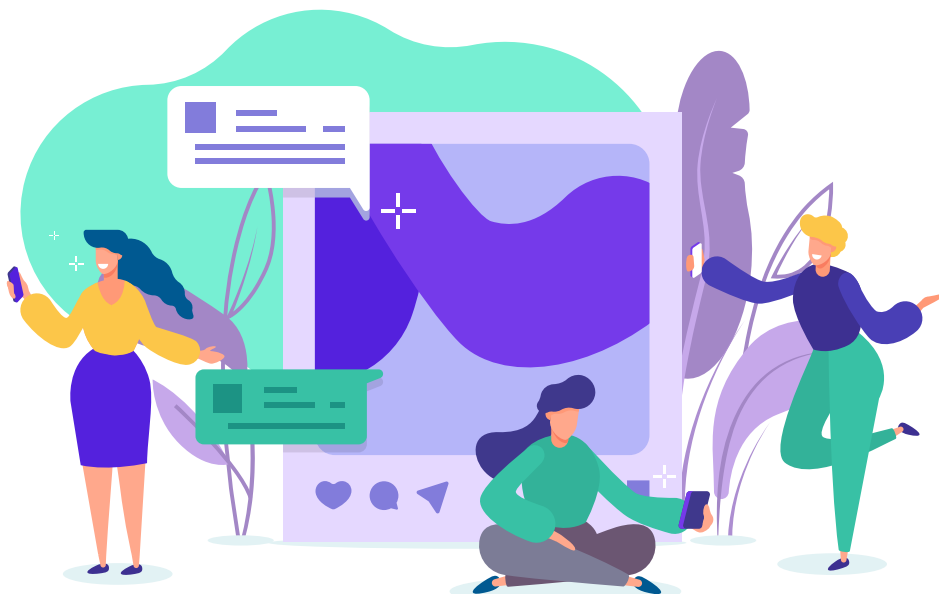


## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

Diese Aktivitäten sind sehr allgemeiner Natur und können an jegliche Altersgruppe angepasst werden. Zum Beispiel können die Teilnehmenden anstatt bei der Beschreibung des Fotos zu zeichnen, diese einfach nur miteinander besprechen oder Schlüsselbegriffe aufschreiben.

Je nachdem, welche Fotos Sie auswählen und welche Art der Diskussion Sie in Ihrer Gruppe fördern möchten, können Sie eine oder mehrere der vorgestellten Methoden auswählen und damit einen Nachdenkprozess über das Foto oder das Thema, mit dem es zu tun hat, anstoßen. Die Fotos können verwendet werden, um in ein neues Thema einzuführen oder um ein bekanntes Thema unter einem neuen Gesichtspunkt zu betrachten. Die Beschäftigung mit den Fotos fördert kritisches Denken und Kreativität und kann als Hilfsmittel für die Reflexion dienen. Die Fotos können auch in den breiteren Kontext eines Themas gestellt werden, mit dem sich die Gruppe gerade beschäftigt. Oder Sie können eine Vielzahl verschiedener Fotos verwenden, um den Fokus weniger auf einen bestimmten Inhalt als auf die Entwicklung der Medienkompetenz zu legen.

Die einzelnen Methoden können zur Einstimmung auf eine umfangreichere Aktivität oder am Beginn eines thematischen Tagesworkshops verwendet werden. Oder es können mehrere Methoden gemeinsam eingesetzt werden, um den Fokus auf die verschiedenen Möglichkeiten zu legen, wie Bilder in der Gruppenarbeit genutzt werden können.



## 4.2.2 Wandgemälde/Street-Art



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität lernen die Teilnehmenden Street-Art aus verschiedenen Städten der Welt kennen und beschäftigen sich mit deren Botschaft und sozialen Kontext. Was können wir über eine Gemeinde oder eine Stadt erfahren, wenn wir uns ihre *Urban Art* ansehen? Die Besprechung von Street-Art-Kunstwerken hilft den Teilnehmenden, ihr kritisches Denkvermögen weiterzuentwickeln. Als letzten Schritt der Aktivität sollen die Teilnehmenden selbst Street-Art-Kunstwerke in ihrer Umgebung entdecken oder vielleicht sogar eigene schaffen.



### ZIELSETZUNG

Diese Aktivität soll die Teilneh-

menden dazu anregen, Fotos/ Bilder und Botschaften kritisch zu betrachten und zu analysieren, sowie diese aus verschiedenen Blickwinkeln im Kontext des SDGs 11 (Nachhaltige Städte und Gemeinden) zu betrachten.



### LERNZIELE

- kritisches Denken fördern
- über die eigenen Perspektiven und persönlichen Bezugssysteme bei der Betrachtung von Situationen/Themen nachdenken
- zur Zusammenarbeit und zum kreativen Denken anregen



### GRUPPENGROSSE

5 bis 30 Teilnehmende

### 4.2.2.a Wandgemälde betrachten



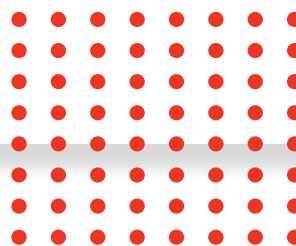
### DAUER

60 Minuten



### MATERIALIEN

- verschiedene Fotos von Street-Art
- große Blätter Papier, Klebepads
- Filzstifte
- Kopien der [Windrose](#) (oder ein großer Ausdruck für die gesamte Gruppe; Vorlage siehe [Seite 55](#))





## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### Vorbereitung:

Bereiten Sie für jede Gruppe ein Foto vor und kleben es in die Mitte eines großen Blattes Papier. Sie können dafür öffentlich zugängliche Fotos auf Instagram nützen. Verwenden Sie für die Suche Hashtags wie **#streetart**, **#urbanart** oder **#murals**. Teilen Sie jeder Gruppe Filzstifte und eine Kopie der Windrose aus (oder hängen Sie einen großen Ausdruck für alle Teilnehmenden auf).

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Bilden Sie Gruppen mit drei bis fünf Mitgliedern. Geben Sie jeder Gruppe ein vorbereitetes Blatt mit Foto.
- Bitten Sie jede Gruppe, sich ihr Foto genau anzusehen und zu beschreiben, was sie sehen. Wo denken sie, dass dieses Foto aufgenommen wurde? Was könnte der soziale Kontext in dieser Stadt sein?
- Bitten Sie jede Gruppe, um ihr Foto herum eine Windrose zu zeichnen und sich Fragen zu den vier Feldern der Windrose zu überlegen: Natur; Gesellschaft / sozialer Kontext; Wirtschaft / finanzielle Auswirkungen; Wer entscheidet / Machtgefüge / politische Programme. Die Teilnehmenden sollen so viele Fragen zu dem Foto wie möglich finden.

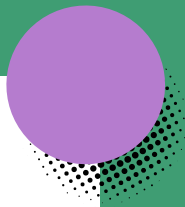
#### Schritt 2:

- Bitten Sie jeweils zwei Gruppen, ihre Bilder untereinander zu besprechen und sich gemeinsam weitere Fragen zu überlegen.
- Die Teilnehmenden sollen außerdem Parallelen zu ihrem eigenen sozialen Kontext, ihrer Gemeinde oder Stadt finden.
- Bitten Sie schließlich jede Gruppe, ihr Street-Art-Foto allen Teilnehmenden kurz zu präsentieren und gehen Sie danach zur Reflexion und Diskussion über.



## REFLEXION

- Findet ihr es schwierig, euch Fragen zu überlegen? Warum (nicht)? Welche Bereiche waren die schwierigsten?
- Wie ähnlich/unterschiedlich sind die Fotos?
- Welche Verbindung gibt es zwischen den Street-Art-Fotos und den SDGs, vor allem den Zielen Geschlechtergleichstellung (SDG 5), Nachhaltige Städte und Gemeinden (SDG 11) und Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12)?
- Wie trägt Street-Art zur Nachhaltigkeit von Städten bei? Wie steht Street-Art mit dem gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Kontext einer Stadt/Gemeinschaft in Verbindung?



## 4.2.2.b Do it yourself!



### DAUER

5 Stunden (einschließlich der Zeit draußen in der Gemeinde/Stadt)



### MATERIALIEN

- große Blätter Papier, Klebepads
- Filzstifte/Malkreiden/Farbstifte
- Kameras/Smartphones
- farbige Kärtchen oder Post-its
- Kopien der Windrose (oder ein großer Ausdruck für die gesamte Gruppe; siehe Vorlage auf [Seite 55](#))



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Bei dieser Aktivität geht es darum, die eigene Gemeinde zu erkunden. Planen Sie also ausreichend Zeit ein. Außerdem benötigt jede Gruppe (oder jede\_r Teilnehmende) eine Kamera oder ein Smartphone mit Kamerafunktion.

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Bitten Sie die Teilnehmenden, einzeln oder in Gruppen ihre Stadt/Gemeinde zu erkunden und Beispiele für Street-Art zu suchen. Was gibt es zu sehen? Wandgemälde? Eine andere Form von Kunst? Politische Kunst? Bitten Sie die Teilnehmenden, Fotos zu machen.
- Wenn alle wieder versammelt sind, besprechen Sie die Fotos der Street-Art-Kunstwerke, die die Teilnehmenden in ihrer Umgebung gefunden haben. Haben diese Ähnlichkeiten mit den Fotos, mit denen sie zuvor gearbeitet haben? Was ist anders? Wie erkennt man Kunst? Welche Botschaften wollen die Street-Art-Kunstwerke, die die Teilnehmenden entdeckt haben, vermitteln? An wen sind sie gerichtet? Welche Wirkung hat Street-Art?

##### Schritt 2:

- Die Teilnehmenden sollen ihr eigenes Street-Art-Kunstwerk oder Wandgemälde entwerfen. Worum soll es darin gehen? Bilden Sie Gruppen und bitten Sie die Teilnehmenden, sich eines der drei SDGs 5, 11 oder 12 auszusuchen und zu besprechen, inwiefern es lokal relevant ist. Sie sollen dabei an lokale Probleme denken, die mit diesem SDG in Verbindung stehen.



Teilen Sie jeder Gruppe farbige Kärtchen/Post-its aus und bitten Sie sie, ein Problem auf jedes Kärtchen/Post-it zu schreiben.

- Bitten Sie die Teilnehmenden nun, sich in jeder Gruppe für ein Problem zu entscheiden, das ihnen am relevantesten erscheint. Was wäre ihre Botschaft in Bezug auf dieses Problem? Wenn sie sich für eine Botschaft entschieden haben, sollen sie gemeinsam ein Wandgemälde/Street-Art-Kunstwerk entwerfen. Teilen Sie dazu große Blätter Papier und bunte Filzstifte/Farbstifte aus.

### **Schritt 3:**

- Wenn möglich, versuchen Sie, einen öffentlichen Ort oder vielleicht einen Gemeinschaftsraum zu finden, wo die Street-Art-Kunstwerke umgesetzt werden können. Überlegen Sie gemeinsam, welcher Ort am besten wäre. Sollten Sie keinen geeigneten öffentlichen Ort für die Kunstwerke finden, können die Teilnehmenden ihre Street-Art auf großen Papierplakaten umsetzen und diese in einem lokalen Jugendzentrum aufhängen.
- Bitten Sie die Teilnehmenden, Fotos von ihren Kunstwerken zu machen und diese mit den Hashtags **#streetart**, **#GEGL** und **#GlobalEducationGo-eSPop** auf Instagram zu stellen.



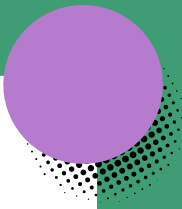
### **TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN**

Sie können diese Aktivität erweitern, indem Sie zusätzliche Fotos von Wandgemälden und/oder Street-Art-Kunstwerken weiterer Orte und Städte weltweit verwenden. Bitte versichern Sie sich, dass Sie die Rechte besitzen, diese Fotos zu verwenden.

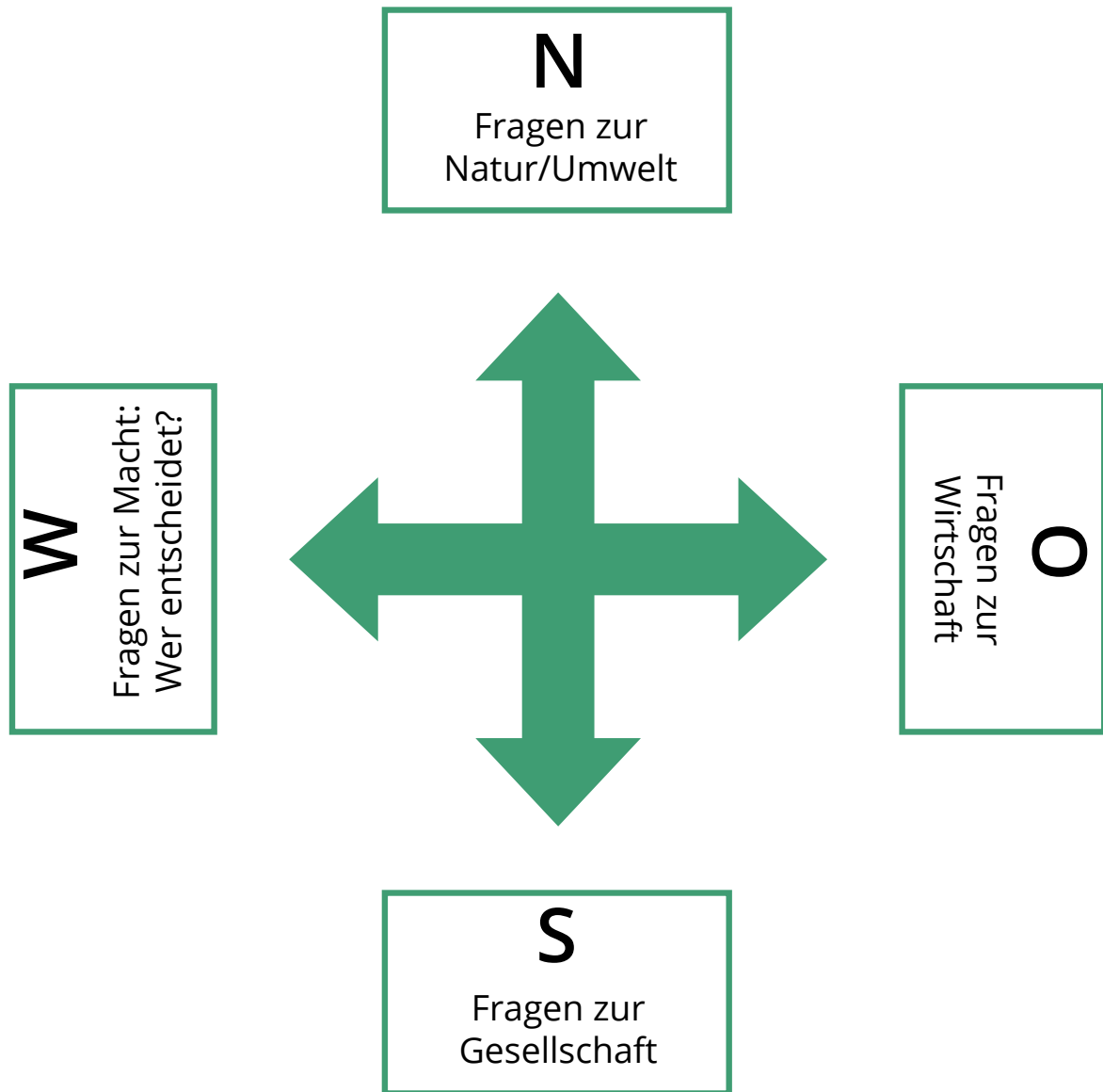
Wenn Sie mit jüngeren Menschen arbeiten, können Sie die Teilnehmenden bitten, sich jegliche Art von Fragen zu den Fotos von Wandgemälden/Street-Art zu überlegen, anstatt die Windrose zu verwenden, die möglicherweise schwierig zu verstehen ist.

Vielleicht möchten Sie auch eine\_n lokale\_n Künstler\_in (am besten aus der Street-Art-Szene) einladen, die\_der die Gruppe beim Entwerfen ihrer eigenen Kunstwerke unterstützt.





# Windrose





## 4.2.3 Impressionen von anderswo



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität verwenden wir frei zugängliche Fotoserien, die unterschiedliche Aspekte des Lebens in verschiedenen Teilen der Welt darstellen. Die Teilnehmenden sollen dazu angeregt werden, sich mit diesen vor dem Hintergrund des Globalen Lernens auseinanderzusetzen, indem sie sich Stereotype auf den Fotos ansehen, über ihre eigenen Vorurteile nachdenken, Ähnlichkeiten und Unterschiede entdecken und über die Auswahl des Bildausschnitts reflektieren. Das Beispiel, das wir hier verwenden, trägt den Titel „Where Children Sleep“ von James Mollison. Diese Fotoserie porträtiert Kinder von überall auf der Welt und ihre Schlafzimmer.



### ZIELSETZUNG

Durch diese Aktivität sollen die Teilnehmenden zur kritischen Auseinandersetzung mit Bildern von alltäglichen Lebenssituationen in unterschiedlichen globalen Kontexten angeregt werden. Wir wollen Stereotype reflektieren und Vorurteile überwinden sowie

eine Reflexion der eigenen Sichtweise anstoßen. Das gewählte Beispiel bezieht sich auf die SDGs 5 und 11.



### LERNZIELE

- kritisches Denken fördern
- über die eigenen Perspektiven und Vorurteile nachdenken
- Medienkompetenz erhöhen



### GRUPPENGROSSE

5 bis 20 Teilnehmende



### DAUER

45 Minuten



### MATERIALIEN

- drei Ausdrucke der Fotoserie „Where Children Sleep“ (<https://www.jamesmollison.com/where-children-sleep>)
- Klebepunkte oder Post-its in verschiedenen Farben
- Flipchart-Papier, Klebepads und Filzstifte
- drei Sätze Länder-Kärtchen



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Drucken Sie die Länder-Kärtchen (siehe unten) einmal und die Fotos der Fotoserie dreimal aus. Trennen Sie die Fotos der Kinder von den Fotos ihrer Zimmer.





## **Ablauf:**

### **Schritt 1:**

- Bilden Sie drei Gruppen und geben Sie jeder Gruppe einen Ausdruck der Fotoserie.
- Erklären Sie den Teilnehmenden, dass sie Fotos von Kindern und deren Schlafzimmern von überall auf der Welt vor sich haben. Die Teilnehmenden können sich die Fotos genau ansehen und dann versuchen, jedem Kind ein Zimmer zuzuordnen.
- Nachdem sie sich auf eine Zuordnung geeinigt haben, bitten Sie die Teilnehmenden, die Fotopaare auf Papier zu kleben. Dabei sollten mehrere Paare auf ein Flipchart-Papier passen. Bitten Sie die Teilnehmenden, darauf zu achten, rund um die Fotos ausreichend Platz für Kommentare/Anmerkungen zu lassen. Auf diesem freien Platz sollen die Teilnehmenden dann notieren, warum sie denken, dass diese Fotos zusammen gehören und in welchem Land die Kinder leben könnten.

### **Schritt 2:**

- Jede Gruppe präsentiert ihr Ergebnis den restlichen Teilnehmenden. Geben Sie den Gruppen die Möglichkeit, untereinander zu diskutieren und Fragen zu stellen. Hier können Sie bereits die Gelegenheit für eine erste Reflexion über die Wahrnehmung von Bildern und unsere eigenen Stereotype und Vorurteile nutzen.
- Bitten Sie die Gruppen, sich die Fotos noch einmal anzusehen und aufzuschreiben, welche Ähnlichkeiten und welche Unterschiede sie entdecken können. Welche Fragen würden Sie gerne zu den Bildern stellen?

### **Schritt 3:**

- Teilen Sie jeder Gruppe die Länder-Kärtchen aus und bitten Sie sie, die Kärtchen den Fotopaaren zuzuordnen.
- Verraten Sie den Teilnehmenden zum Schluss welche Fotos zusammenge-



## **REFLEXION**

- Was hat euch am meisten überrascht?
- War es für euch einfach oder schwierig, die Fotopaare zu finden? Warum habt ihr gedacht, dass gewisse Fotos zusammen gehören? Nach welchen Anhaltspunkten habt ihr gesucht?
- Was habt ihr euch gedacht, als ihr bemerkt habt, dass ihr bestimmte Fotos nicht richtig zugeordnet habt?
- Wie habt ihr entschieden, welches Land zu welchem Fotopaar gehört?
- Welche Verbindung gibt es zwischen eurem Leben und den Fotos? Erinnern euch die Fotos an euer eigenes Zimmer / euer Kinderzimmer, als ihr jünger wart?
- Welche Ähnlichkeiten/Unterschiede erkennt ihr zwischen den Fotos?



Warum gibt es eurer Meinung nach diese Ähnlichkeiten/Unterschiede?

- Entsprechen die Fotos dem Bild, das wir von den verschiedenen Ländern im Kopf haben? Wie stellt ihr euch die unterschiedlichen Länder vor?



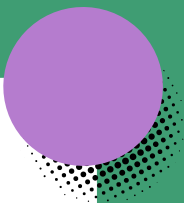
### TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

Online gibt es viele weitere Fotoserien, die zusätzlich zu oder statt der hier vorgeschlagenen verwendet werden können, wie zum Beispiel:

- „**What Kids Around the World Eat for Breakfast**“ (<https://nyti.ms/2jS6Mqo>)
- „**Hungry Planet – What the World Eats**“ (<https://www.theguardian.com/life-andstyle/gallery/2013/may/06/hungry-planet-what-world-eats>)
- „**Mothers and Daughters**“ (<http://america.aljazeera.com/multimedia/photo-gallery/2014/3/photos-mothers-anddaughtersforinternationalwomensday.html>)

Sie können die Teilnehmenden bitten, Fotos von ihrem eigenen Schlafzimmer/ Kinderzimmer (je nach Alter der Teilnehmenden) mitzubringen und diese mit ihnen gemeinsam vergleichen. Was fällt euch auf? Sehen alle Zimmer gleich aus? Was sind die Unterschiede? Glaubt ihr, dass jemand aus einem anderen Land diese Fotos dem Land, in dem ihr lebt, zuordnen könnte? Warum (nicht)? Reflektieren Sie mit der Gruppe über die Vielfalt, die es in jeder Gemeinschaft und in jedem Land/Gebiet gibt.





## Länder-Kärtchen

|                |                |           |
|----------------|----------------|-----------|
| THAILAND       | USA            | JAPAN     |
| USA            | ITALIEN        | CHINA     |
| WESTJORDANLAND | LESOTHO        | NEPAL     |
| USA            | KAMBODSCHA     | USA       |
| SENEGAL        | USA            | BRASILien |
| CHINA          | ELFENBEINKÜSTE | BRASILien |
| USA            | USA            | NEPAL     |
| WESTJORDANLAND | WESTJORDANLAND | KOLUMBIEN |
| CHINA          | JAPAN          | USA       |
| BRASILien      | SENEGAL        | USA       |
| NEPAL          | NEPAL          | BRASILien |
| SCHOTTLAND     | KENIA          | JAPAN     |

## 4.2.4 Code of Conduct on Images and Messages



### EINLEITUNG

Die Verhaltensgrundsätze des *Code of Conduct on Images and Messages* wurden von der irischen Plattform für entwicklungspolitische NGOs Dochas verfasst und werden vom europäischen Dachverband entwicklungspolitischer NGOs CONCORD (European NGO Confederation for Relief and Development) und zahlreichen seiner Mitgliedsorganisationen befolgt. Auch Südwind ist Mitglied bei CONCORD<sup>4</sup>. Dieser Verhaltenskodex für die Verwendung von Bildern und Botschaften soll einen Rahmen bieten, auf den sich NGOs beziehen können, wenn sie ihre öffentliche Kommunikationsstrategie entwickeln und umsetzen. Er soll sie dabei unterstützen, die menschliche Würde beim Veröffentlichen von Fotos und/oder Botschaften uneingeschränkt zu respektieren. Die Basis bildet eine Reihe von Grundprinzipien, die sicherstellen sollen, dass keine stereotypen oder reißerischen Bilder verwendet werden. Organisationen, die sich an den Verhaltenskodex halten, bemühen sich, nur solche Bilder und Botschaften zu wählen, die eine Situation in ihrer vollen Komplexität darstellen und sie verpflichten sich dazu, die Einwilligung der Personen einzuholen, die auf den Fotos zu sehen sind. Zu den Grundprinzipien gehören

folgende: (1) Respekt für die Würde der betroffenen Menschen; (2) Glaube an die Gleichwertigkeit aller Menschen; und (3) Bewusstsein für die Notwendigkeit, Fairness, Solidarität und Gerechtigkeit zu fördern.

Bei dieser Aktivität lernen die Teilnehmenden den Verhaltenskodex kennen und werden dazu angeregt, Fotos und Botschaften nach seinen Grundprinzipien auszuwählen. Die Teilnehmenden sollen beim Betrachten von Bildern unterschiedliche Perspektiven einnehmen, so Vorurteile überwinden und eine oft eurozentrische und vereinfachende Sicht auf Situationen überdenken.



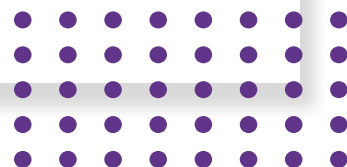
### ZIELSETZUNG

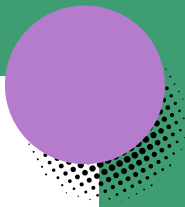
Diese Aktivität soll den Teilnehmenden den Verhaltenskodex *Code of Conduct on Images and Messages* und dessen Grundprinzipien näherbringen. Die Teilnehmenden werden dazu angeregt, sich mit unterschiedlichen Perspektiven, dem Machtgefüge und den Botschaften durch die Verwendung und Auswahl von Bildern auseinanderzusetzen.



### LERNZIELE

- den *Code of Conduct on Images and Messages* kennen und verstehen lernen
- kritisches Denken fördern





- die eigenen Perspektiven und Werte überdenken, bevor man sich für ein Bild oder eine Botschaft entscheidet



## GRUPPENGROSSE

5 bis 30 Teilnehmende

### 4.2.4.a Teil 1 – Fotos/Bilder analysieren



#### DAUER

45 Minuten



#### MATERIALIEN

- einen für alle einsehbaren Ausdruck des Verhaltenskodex oder eine Kopie für jede Gruppe ([https://dochas.ie/sites/default/files/Code\\_Of\\_Conduct\\_Poster.pdf](https://dochas.ie/sites/default/files/Code_Of_Conduct_Poster.pdf))
- eine Reihe von Fotos aus unterschiedlichen Online-Quellen (siehe Liste mit Vorschlägen auf [Seite 64](#) oder eigene Quellen)
- ein Satz Fotoanalyse-Kärtchen pro Gruppe (siehe [Seite 65](#))
- ein Satz Werte-Kärtchen pro Gruppe (siehe [Seite 66](#))
- große Blätter Papier und Klebepads
- Filzstifte/Kugelschreiber
- eine Kamera bzw. ein Smartphone mit Kamerafunktion pro Gruppe



#### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

##### Vorbereitung:

Es ist keine besondere Vorbereitung nötig.

##### Ablauf:

###### Schritt 1:

- Bilden Sie Gruppen mit vier oder fünf Mitgliedern. Teilen Sie jeder Gruppe mehrere Fotos, einen Satz Fotoanalyse-Kärtchen, einen Satz Werte-Kärtchen, große Blätter Papier, Klebepads für die Fotos und Stifte aus.
- Geben Sie eine kurze Einführung in den *Code of Conduct on Images and Messages*. Bitten Sie die Teilnehmenden zu überlegen, ob ihnen eigene Beispiele von Bildern oder Botschaften einfallen, die dem Verhaltenskodex entsprechen oder die eher reißerisch, stereotyp oder gar vorurteilsbehaftet sind und ihm daher widersprechen.





- Die Gruppen sollen sich die Auswahl an ausgeteilten Fotos/Bildern/Botschaften genau ansehen und diese mit Hilfe der Fotoanalyse-Kärtchen analysieren. Bitten Sie sie, sich auf ihrem Blatt Papier Notizen zu machen.

### **Schritt 2:**

- Die Teilnehmenden sollen die Werte-Kärtchen zur Hand nehmen und gemeinsam besprechen, welche Bilder/Botschaften sich an welche Werte halten und wie dies zum Ausdruck kommt oder warum das eben nicht der Fall ist.
- Welche Fotos entsprechen dem Verhaltenskodex?
- Bitten Sie jede Gruppe, eine kurze Zusammenfassung ihrer Diskussion zu präsentieren und Feedback zu geben. Lassen Sie Raum für Fragen und gehen Sie dann zur gemeinsamen Diskussion und Reflexion über.



### **REFLEXION**

- Was ist euch bei dieser Aktivität besonders aufgefallen?
- War es für euch schwierig, die Bilder zu analysieren?
- Welche Werte habt ihr am seltensten in den Bildern wiedergefunden?
- Welche Stereotypen und Vorurteile kamen oft vor? Warum denkt ihr, dass das so ist?
- Welche Prinzipien des Verhaltenskodex haltet ihr für die wichtigsten? Warum?
- Habt ihr schon einmal bei einer Kampagne mitgemacht? Wenn ja, welche Bilder und Botschaften wurden dort verwendet?
- Welche Prinzipien und Grundsätze lassen sich eurer Meinung nach am schwierigsten umsetzen, wenn ihr selbst eine Kampagne organisieren würdet?

## **4.2.4.b Teil 2 – Eine eigene Kampagne starten**



### **DAUER**

2 Stunden



### **MATERIALIEN**

- einen für alle einsehbaren Ausdruck des Verhaltenskodex oder eine Kopie für jede Gruppe ([https://dochas.ie/sites/](https://dochas.ie/sites/default/files/Code_Of_Conduct_Poster.pdf)

[default/files/Code\\_Of\\_Conduct\\_Poster.pdf](https://dochas.ie/sites/default/files/Code_Of_Conduct_Poster.pdf))

- ein Satz Fotoanalyse-Kärtchen pro Gruppe (siehe [Seite 65](#))
- ein Satz Werte-Kärtchen pro Gruppe (siehe [Seite 66](#))
- Papier und Klebepads
- Filzstifte/Kugelschreiber
- eine Kamera bzw. ein Smartphone mit Kamerafunktion pro Gruppe





## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### Vorbereitung:

Es ist keine besondere Vorbereitung nötig.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Bilden Sie Gruppen. Achten Sie darauf, dass jede Gruppe zumindest eine Kamera (oder ein Smartphone mit Kamerafunktion), Papier und Stifte hat.
- Bitten Sie jede Gruppe, sich ein Problem zu überlegen, das in ihrer Gemeinde/Stadt besteht, und von dem sie denken, dass man sich damit auseinandersetzen sollte (im Idealfall in Zusammenhang mit den SDGs).
- Die Gruppen sollen entweder eine Spendenaktion, eine Kampagne oder einen öffentlichen Aufruf zu diesem Thema planen und sich dabei an den Verhaltenskodex *Code of Conduct on Images and Messages* halten. Bitten Sie sie, den Plan zu Papier zu bringen.
- Danach stellt jede Gruppe ihren Plan den restlichen Teilnehmenden vor und bekommt dazu ein erstes Feedback.

#### Schritt 2:

- Bitten Sie die Teilnehmenden, wenn sie möchten, selbst Fotos zu machen oder die Bilder für ihre Kampagne online zu suchen.
- Geben Sie den Gruppen genügend Zeit, um ihre Kampagnen, einschließlich Bilder und Botschaften, auszuarbeiten. Erinnern Sie sie daran, dass sie die Fotoanalyse- und Werte-Kärtchen zu Hilfe nehmen können, um ihre Kampagne zu gestalten.
- Zum Schluss stellt jede Gruppe ihre fertige Kampagne vor.



## REFLEXION

- War es für euch schwierig, euch auf ein Problem zu einigen?
- War es für euch schwierig, euch darauf zu einigen, wie ihr dieses Problem in den Fotos und Botschaften darstellen wollt? Was war für euch das Schwierigste?
- Wie habt ihr es geschafft, die Werte in eure Kampagne einzubeziehen?
- Welche Prinzipien des Verhaltenskodex waren für euch einfach anzuwenden, bei welchen habt ihr euch schwerer getan?
- Denkt ihr, dass eure Kampagne wirksamer wäre, wenn ihr euch nicht an die Prinzipien des Verhaltenskodex halten müsstet? Warum (nicht)?
- Gibt es Möglichkeiten, den Verhaltenskodex in eurem täglichen Umgang mit Bildern anzuwenden?





## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

Wenn sie mit jüngeren Teilnehmenden arbeiten, kann es besser sein, eine gemeinsame Exkursion mit allen zu unternehmen, um die Fotos für die Kampagnen zu machen. Wenn die Teilnehmenden bereits älter sind, können sie in Gruppen hinausgehen und Fotos machen oder sie können die Fotos zwischen zwei Arbeitseinheiten machen, wenn diese an verschiedenen Tagen stattfinden. Wenn Sie zusätzliche Zeit zur Verfügung haben und Ihre Teilnehmenden Englisch sprechen, können Sie mit ihnen den TED Talk von Chimamanda Ngozi Adichie „The Danger of a Single Story“<sup>5</sup> ansehen. Sie können danach gemeinsam darüber diskutieren, Parallelen zur eigenen Gemeinde/Stadt oder zum eigenen Land suchen und außerdem über das reflektieren, was wir über die SDGs und den globalen Süden lesen, hören und erzählen .

### Vorschläge für Bild-Quellen

- **International Federation of Red Cross** - <https://www.facebook.com/IFRC/photos/a.411689139279/10156687048239280/?type=3&theater>
- **Sophia for children** - <https://www.facebook.com/Sophia-For-Children-310934165676880/>
- **Save the children** - <https://www.instagram.com/savethechildren/>
- **Help Refugees UK** - <https://www.facebook.com/HelpRefugeesUK/>
- **Worldvision** - <https://www.instagram.com/worldvision/>

Sie können aber auch auf Webseiten oder Social-Media-Accounts von Organisationen aus ihrem Land oder ihrer Gemeinde/Stadt, die mit globalen Themen oder den SDGs arbeiten, zurückgreifen.



Picture credit: [www.freepik.com](http://www.freepik.com)



## Fotoanalyse-Kärtchen

|                                           |                                                                                 |                                                          |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| WER IST DAS<br>OPFER?                     | WER IST DER_DIE<br>HELD_IN?                                                     | AUS WELCHER<br>PERSPEKTIVE<br>WURDE DAS BILD<br>GEMACHT? |
| WESSEN STIMMEN<br>WERDEN GEHÖRT?          | WESSEN STIMMEN<br>BLEIBEN<br>UNGEHÖRT?                                          | WER HAT DIE<br>MACHT?                                    |
| WAS IST DER<br>KONTEXT?                   | AN WEN RICHTET<br>SICH DAS BILD?                                                | WAS IST DIE<br>GESCHICHTE<br>DAHINTER?                   |
| WER IST AKTIV?                            | WER IST PASSIV?                                                                 | WIE WERDEN<br>FRAUEN<br>UND KINDER<br>DARGESTELLT?       |
| WELCHEN ZWECK<br>VERFOLGT DIESES<br>BILD? | WELCHE<br>STEREOTYPE<br>ODER VORURTEILE<br>WERDEN IN<br>DIESEM BILD<br>BEDIENT? |                                                          |

# Werte-Kärtchen

GERECHTIGKEIT

GLEICHBERECHTIGUNG

RESPEKT

MENSCHENRECHTE

WÜRDE

SOLIDARITÄT

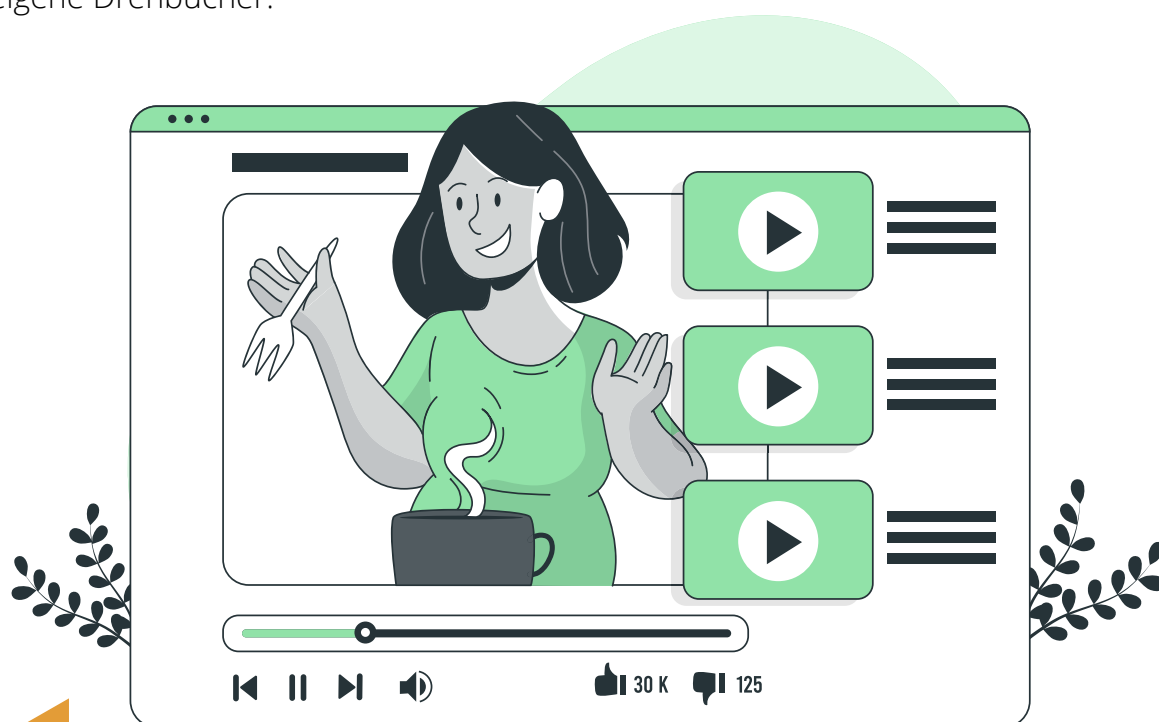


## 4.3 Bewegte Bilder

### *Indre Augutiene*

Was verstehen wir unter „bewegten Bildern“? Bewegte Bilder sind Filme im weitesten Sinne. Auf [duden.de](https://duden.de) wird ein *Film* folgendermaßen definiert: „mit der Filmkamera aufgenommene Abfolge von bewegten Bildern, Szenen, Handlungsabläufen o. Ä., die zur Vorführung im Kino oder zur Ausstrahlung im Fernsehen bestimmt ist“.<sup>6</sup> Synonyme Ausdrücke sind *Bildfolge*, *Lichtspiel* oder *Bildstreifen*, umgangssprachlich sagt man auch *Streifen*.

Filme, Serien, Realityshows und andere Arten von bewegten Bildern sind Freizeitvergnügen und Zerstreuung. Aber warum sollten wir sie nicht auch dazu verwenden, junge Menschen für die verschiedenen Aspekte der Ziele für nachhaltige Entwicklung zu sensibilisieren? Bewegte Bilder jeglicher Art können aus verschiedenen Gründen eine geeignete Grundlage für Aktivitäten mit jungen Menschen sein: Sie helfen dabei, bei jungen Menschen Mitgefühl und Verständnis zu wecken, damit sie sich in komplexen Fragen zu den SDGs zurecht finden. Sie können bei jungen Menschen kritisches Denken, Neugier und Kreativität fördern. Sie können helfen, den Lernprozess für junge Menschen attraktiver zu gestalten, indem Ausdrucksformen verwendet werden, die ihnen gefallen. In diesem Kapitel finden Sie eine Reihe von Aktivitäten, mit denen Sie bewegte Bilder in der Sensibilisierungsarbeit und dem Globalen Lernen mit jungen Menschen einsetzen können. Bewegte Bilder werden dabei nicht nur als Informations- und Inspirationsquelle eingesetzt, sondern sie dienen darüber hinaus dazu, andere Aspekte zu behandeln: Wir befassen uns mit den Eigenschaften von Filmen oder Serien, hinterfragen Geschichten und schreiben eigene Drehbücher.





## 4.3.1 Globale Superheld\_innen



### EINLEITUNG

Durch diese Aktivität sollen die Teilnehmenden herausfinden, welche Eigenschaften und Charakterzüge nötig sein können, um sich mit verschiedenen globalen Fragen zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung auseinanderzusetzen und wie man die eigene Kreativität einsetzen kann, um Lösungen für diese zu finden.



### ZIELSETZUNG

Bei dieser Aktivität beschäftigen wir uns mit verschiedenen persönlichen Eigenschaften und setzen diese ein, um globalen Problemen entgegenzutreten.



### LERNZIELE

- verstehen, wie ein\_e aktive\_r Bürger\_in sein kann
- Lösungen für globale Probleme suchen
- Kreativität fördern



### GRUPPENGROSSE

15 bis 25 Teilnehmende



### DAUER

45 bis 60 Minuten



### MATERIALIEN

- Papier
- Farbstifte/Bleistifte/Filzstifte/Malkreiden



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Es ist keine besondere Vorbereitung nötig.

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Besprechen Sie mit den Teilnehmenden, was sie unter einem\_r „Superhelden\_in“ verstehen. Sie können dabei beispielsweise die folgende Definition zu Hilfe nehmen: „mit übernatürlichen Kräften ausgestatteter Held (in Filmen und Comics)“, wobei ein\_e Held\_in jemand ist, die\_der „sich mit Unerschrockenheit und Mut einer schweren Aufgabe stellt, eine ungewöhnliche Tat vollbringt, die [ihr] ihm Bewunderung einträgt“.<sup>7</sup>
- Fragen Sie die Teilnehmenden, welche Superheld\_innen aus Filmen, Comics oder Serien sie kennen. Falls ihnen keine einfallen, geben Sie selbst einige Beispiele. Besprechen Sie mit den Teilnehmenden, was diese Figuren zu Superheld\_innen macht: ihr Äußeres, ihre Fähigkeiten und dergleichen.



## **Schritt 2:**

- Bilden Sie Gruppen mit vier oder fünf Mitgliedern.
- Bitten Sie die Gruppen, ihre\_n eigene\_n Superhelden\_in zu zeichnen. Sie\_Er hat die Superkraft, globale Probleme zu lösen. Die Teilnehmenden sollen sich folgendes überlegen:
  - Name
  - Aussehen
  - Superkräfte
- Bitten Sie die Gruppen dann, ihre\_n Superhelden\_in allen Teilnehmenden zu präsentieren.



## **REFLEXION**

- Wie habt ihr euch für die Eigenschaften und die Superkräfte eures\_r Superhelden\_in entschieden? Welche Kriterien habt ihr angewendet?
- Denkt ihr, dass ihr selbst irgendwelche Superkräfte eures\_r Superhelden\_in habt? Welche sind das?
- Welche Superkräfte eures\_r Superhelden\_in würdet ihr gerne selbst haben oder bei euch selbst verstärken? Wie könnten sie euch als Weltbürger\_in helfen?
- Wie helfen die Superkräfte eurem\_r Superhelden\_in dabei, die vorgeschlagenen Lösungen in die Praxis umzusetzen?
- Sind die Lösungen eures\_r Superhelden\_in realistisch? Welche Schritte wären nötig, um diese Lösungen in die Praxis umzusetzen?



## **TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN**

- Sie können Lösungen für jegliche globale Probleme besprechen und Figuren erfinden, die diese in die Praxis umsetzen.
- Diese Aktivität kann auch in einen längeren Lernprozess eingebunden und eingesetzt werden, nachdem die Teilnehmenden bereits davor in einigen Einheiten die Gelegenheit hatten, globale Probleme zu betrachten und sich zu überlegen, welches davon sie gerne in Angriff nehmen möchten.
- Sie können die Aktivität auch ausbauen, indem Sie die Gruppen bitten, eine kurze Szene vorzubereiten, in der sie darstellen, wie ihr\_e Superheld\_in seine\_ihre Superkräfte einsetzt, um die gewählten globalen Probleme zu lösen und diese zu präsentieren.
- Statt des Zeichnens können die Teilnehmenden auch andere Ausdrucksformen verwenden, um die Figur des\_r Superhelden\_in zu entwerfen. Zum Beispiel können sie, wenn Sie das Thema verantwortungsvoller Konsum, Müll oder Recycling behandeln, Abfallmaterialien wie Plastikbeutel, Flaschen oder gebrauchtes Papier verwenden, um den\_die Superhelden\_in zu erschaffen.





## 4.3.2 Klappe zu, Film ab: Unsere nachhaltige Gemeinde/Stadt



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität wollen wir den Teilnehmenden die Schlüsselkonzepte von nachhaltigen Städten und Gemeinden (SDG 11) näherbringen und sie sollen lernen, Informationen zu analysieren und zu verändern, um ihre eigenen Modell-Gemeinden/Städte zu entwerfen.



### ZIELSETZUNG

Bei dieser Aktivität sollen die Teilnehmenden die grundlegenden Konzepte von nachhaltigen Städten und Gemeinden kennen lernen.



### LERNZIELE

- die Schlüsselkonzepte von nachhaltigen Gemeinden/Städten verstehen



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Wählen Sie einen Film, eine Folge einer Serie, eine Dokumentation oder eine Realityshow zum Thema nachhaltige Gemeinden/Städte aus. Einige Beispiele für Filme, Serien und Dokumentationen sind:

- Desperate Housewives
- Community
- Das Hausbau-Kommando – Trautes Heim, Glück allein

- Informationen analysieren lernen
- Kreativität fördern



### GRUPPENGROSSE

15 bis 25 Teilnehmende



### DAUER

60 bis 90 Minuten; zusätzliche Zeit, um einen Film oder einen Teil davon anzusehen



### MATERIALIEN

- Multimedia-Ausstattung
- Flipchart-Papier
- Farbstifte, Bleistifte, Filzstifte



## **Ablauf:**

### **Schritt 1:**

- Erklären Sie den Teilnehmenden, dass Sie gemeinsam einen Film (oder einen Teil davon) zum Thema nachhaltige Städte und Gemeinden ansehen werden. Bitten Sie die Teilnehmenden, auf folgende Details im Film zu achten:
  - die Umgebung
  - die Schlüsselmomente des Films
  - die Figuren und deren Gefühle

### **Schritt 2:**

- Bilden Sie nach dem Film Gruppen mit vier oder fünf Mitgliedern.
- Bitten Sie die Gruppen, die Handlung des Films auf das Modell einer Gemeinde/Stadt zu übertragen, mit Straßen, Gebäuden, Parks, Verkehr und Menschen. Dabei sollen Sie sich nach den Details, die sie im Film gesehen und notiert haben, richten: Umgebung, Schlüsselmomente, Figuren. Das Modell ihrer Gemeinde/Stadt können die Teilnehmenden entweder zeichnen oder bauen.
- Bitten Sie die Gruppen, ihre Modelle allen Teilnehmenden zu präsentieren.

### **Schritt 3:**

- Geben Sie eine Einführung zu den wichtigsten Merkmalen von nachhaltigen Gemeinden/Städten (siehe Informationsblatt „Merkmale einer (nicht) nachhaltigen Gemeinde/Stadt“ auf [Seite 73](#); Sie können den Teilnehmenden dieses Informationsblatt auch zur Verfügung stellen). Besprechen Sie Folgendes:
  - Denkt ihr, dass die Gemeinden/Städte, die ihr entworfen habt, nachhaltig sind? Warum (nicht)?
  - Welche Verbindung gibt es zwischen eurem Modell und der Gemeinde/Stadt, in der ihr lebt? Was sind die Ähnlichkeiten/Unterschiede?
  - Was könnt ihr tun, um eure Gemeinde/Stadt nachhaltiger zu gestalten?



## **REFLEXION**

- War es für euch einfach oder schwierig, die Handlung des Films auf das Modell einer Gemeinde/Stadt zu übertragen? Warum?
- Wie habt ihr euch für die Elemente des Films entschieden, die ihr in eurem Modell darstellen wollt?
- Gibt es in eurer Umgebung Merkmale einer (nicht) nachhaltigen Gemeinde/Stadt? Wenn ja, welche?
- Was sind eurer Meinung nach die wichtigsten Merkmale einer nachhaltigen Gemeinde/Stadt? Warum?
- Wie können wir unsere Gemeinden/Städte nachhaltiger gestalten?



## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

- Sie können diese Aktivität abändern, um Themen in Bezug auf andere SDGs zu besprechen. Beispielsweise können Sie die Teilnehmenden bitten, das Modell eines Grünraumes, zum Beispiel eines Parks oder eines Waldes, zu entwerfen, wenn Sie Themen in Zusammenhang mit Umwelt oder einem Leben im Einklang mit der Natur behandeln.
- Die Auswahl des Filmes richtet sich immer nach der individuellen Gruppe, mit der Sie arbeiten. Beachten Sie dabei insbesondere Alter, Interessen und Erwartungen der Teilnehmenden.



# Merkmale einer (nicht) nachhaltigen Gemeinde/Stadt

| NACHHALTIG                                                                                                                                                                | NICHT NACHHALTIG                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lebensqualität und Zukunftschancen stehen an erster Stelle.                                                                                                               | Konsum und Wirtschaftswachstum stehen an erster Stelle.                                                                                        |
| Effizienter Einsatz von Ressourcen und Müllvermeidung                                                                                                                     | Ineffizienter Umgang mit Ressourcen und hohes Müllaufkommen                                                                                    |
| Die Umweltverschmutzung wird verringert, um Mensch und Natur nicht zu schaden.                                                                                            | Die Umweltverschmutzung schädigt die menschliche Gesundheit und bedroht das Ökosystem.                                                         |
| Die Gesundheit der Menschen wird durch eine sichere, saubere Umwelt und vorbeugende Gesundheitsversorgung gefördert.                                                      | Die gesundheitlichen Bedingungen für die Menschen sind unbefriedigend und die Gesundheitsversorgung zielt auf die Bekämpfung von Symptomen ab. |
| Die Vielfalt der Natur wird wertgeschätzt und geschützt.                                                                                                                  | Die Vielfalt der Natur wird weder wertgeschätzt noch geschützt.                                                                                |
| Um die Bedürfnisse der Gemeinschaft zu befriedigen, werden lokale Ressourcen genützt.                                                                                     | Um die Bedürfnisse der Gemeinschaft zu befriedigen, werden Güter importiert.                                                                   |
| Jedes Mitglied der Gemeinschaft hat Zugang zu kostengünstigen und qualitativ hochwertigen Lebensmitteln, Wasser, Wohnen und Energie.                                      | Qualitativ hochwertige Lebensmittel, Wasser, Wohnen und Energie sind teuer.                                                                    |
| Jede_r hat die Möglichkeit, einen Job zu bekommen, der ihr_ihm Spaß macht.                                                                                                | Viele Menschen sind arbeitslos, gering qualifiziert und haben schlecht bezahlte Jobs, die ihnen keine Möglichkeit zur Selbstentfaltung geben.  |
| Gut ausgebautes öffentliches Verkehrssystem                                                                                                                               | Der öffentliche Verkehr wird vernachlässigt und ist teuer und der Individualverkehr ist die sicherste und einfachste Option.                   |
| Die Menschen fühlen sich nicht durch Kriminalität bedroht und haben keine Angst davor, wegen ihrer Herkunft, ihrer Überzeugung oder ihres Geschlechts verfolgt zu werden. | Die Kriminalität ist hoch und Menschen werden häufig Opfer von politischer oder sexueller Gewalt.                                              |
| Jede_r hat die Möglichkeit, Kenntnisse und Fähigkeiten zu erwerben, die sie_er braucht, um ein vollwertiges Mitglied der Gesellschaft zu sein.                            | Geringe Bildungsqualität                                                                                                                       |
| Alle Menschen können sich an der Entscheidungsfindung innerhalb der Gemeinschaft beteiligen.                                                                              | Einige wenige Gruppen haben die Macht und handeln nicht im Interesse der Gemeinschaft.                                                         |
| Jede_r hat gleichermaßen das Recht auf kulturelle Aktivitäten und Freizeitbetätigung, ohne dabei die Umwelt zu belasten.                                                  | Nur reiche Menschen haben Zugang zu Freizeitaktivitäten.                                                                                       |

## 4.3.3 „Typisch weiblich“ vs. „typisch männlich“?



### EINLEITUNG

Diese Aktivität soll den Teilnehmenden aufzeigen, ob und inwiefern ihre eigene Meinung durch Geschlechterstereotypen und Vorurteile beeinflusst ist.



### ZIELSETZUNG

Die Teilnehmenden sollen zu einer Diskussion über Geschlechterstereotypen und Vorurteile angeregt werden und darüber nachdenken, was in der Gesellschaft gemeinhin als „typisch weiblich“ oder „typisch männlich“ angesehen wird.



### LERNZIELE

- für Geschlechterstereotypen und Vorurteile sensibilisieren
- sich eine eigene Meinung zu Geschlechterthemen bilden und diese ausdrücken
- Einstieg in das Thema von an-



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Platzieren Sie die „typisch weiblich“- und „typisch männlich“-Schilder an zwei gegenüberliegenden Wänden des Raumes, sodass Sie zwischen ihnen eine gedachte Linie ziehen können.

deren Geschlechterrollen, die nicht der Heteronormativität entsprechen und über „typisch weiblich“ oder „typisch männlich“ hinausgehen. (Lesen Sie hierzu auch die Definition von LGBTQIA+ auf [Seite 19.](#))



### GRUPPENGROSSE

15 bis 25 Teilnehmende



### DAUER

45 Minuten



### MATERIALIEN

- viel Platz, damit sich die Teilnehmenden frei bewegen können
- Flipchart-Papier
- Filzstifte
- Schilder mit der Aufschrift „typisch weiblich“ und „typisch männlich“



Picture credit: [www.freepik.com](http://www.freepik.com)



## Ablauf:

### Schritt 1:

- Fragen Sie die Teilnehmenden, welche (Zeichentrick-)Filme oder Serien sie kürzlich gesehen haben. Notieren Sie die Titel auf dem Flipchart.
- Besprechen Sie mit den Teilnehmenden, wie sie für gewöhnlich entscheiden, welche (Zeichentrick-)Filme oder Serie sie ansehen möchten:
  - Welche Entscheidungskriterien beachtet ihr bei der Auswahl eines Films?
  - Inwiefern spielen dabei Freunde und Familie eine Rolle?
  - Inwiefern spielen dabei die Medien eine Rolle?

### Schritt 2:

- Besprechen Sie mit der Gruppe kurz, was sie unter „typisch weiblich“ und „typisch männlich“ verstehen.

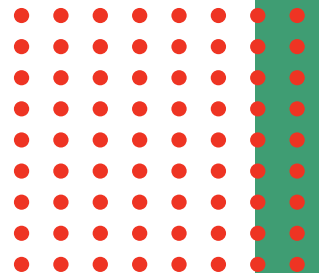
### Schritt 3:

- Erklären Sie den Teilnehmenden, dass Sie nun die Titel der (Zeichentrick-)Filme/Serien laut vorlesen werden. Bei jedem Titel sollen sich die Teilnehmenden zwischen den beiden Schildern an der Wand positionieren, je nachdem ob sie denken, dass dieser (Zeichentrick-)Film oder diese Serie eher „typisch weiblich“ oder „typisch männlich“ ist.
- Bitten Sie die Teilnehmenden bei jeder Runde um ihre Meinung, sammeln Sie Argumente für die jeweiligen Entscheidungen und regen Sie zur Diskussion an.
- Geben Sie den Teilnehmenden auch die Möglichkeit ihre Position zwischen den Schildern zu verändern, wenn sie die Argumente von anderen überzeugt haben.



## REFLEXION

- War es für euch einfach oder schwierig, eine Position zwischen den Schildern zu finden? Warum?
- Welche Kriterien habt ihr angewandt, um zu entscheiden, ob der (Zeichentrick-)Film oder die Serie eher „typisch weiblich“ oder „typisch männlich“ ist?
- Waren die Argumente, die in der Gruppe vorgebracht wurden, eurer Meinung nach überzeugend oder stereotyp? Welche Stereotypen waren das? Wie haben euch die Argumente beeinflusst?
- Wie denkt ihr, dass sich jemand fühlt, der die nicht diesen Geschlechterstereotypen entspricht, zum Beispiel ein Mann, der einen Film ansieht, der als „typisch weiblich“ angesehen wird?
- Wie denkt ihr, dass sich jemand fühlt, der sich weder als „typisch weiblich“ noch als „typisch männlich“ fühlt/einordnen möchte?
- Was könnte man eurer Meinung nach gegen die negativen Auswirkungen solcher Geschlechterstereotypen tun?





### TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

- Falls neben den Stereotypen auch Vorurteile in der Reflexion zur Sprache kommen, erklären Sie den Unterschied (Definition von beiden Begriffen auf [Seite 23](#)).
- Wenn nicht alle Teilnehmenden die genannten (Zeichentrick-)Filme/Serien kennen, bitten Sie andere Teilnehmende, diese kurz vorzustellen.
- Sie können auch den Trailer eines Films oder einer Serie zeigen. Sollten Sie das tun wollen, planen Sie bitte dementsprechend mehr Zeit für die Aktivität ein und denken Sie daran, das hierfür notwendige technische Equipment vorzubereiten.

## 4.3.4 Alles nach Drehbuch



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, ihre Lösungsvorschläge für ein ausgewähltes globales Problem in Form eines Drehbuchs zu präsentieren.



### ZIELSETZUNG

Diese Aktivität soll den Teilnehmenden dabei helfen, Lösungen für globale Probleme zu finden und sich zu überlegen, wie man diese umsetzen kann.



### LERNZIELE

- nach Lösungen für ein Problem suchen
- Kreativität fördern



### GRUPPENGROSSE

15 bis 25 Teilnehmende



### DAUER

90 Minuten



### MATERIALIEN

- Raum mit Sesseln und Tischen
- Papier
- Kugelschreiber
- Infobox „Tipps fürs Drehbuchschreiben“



## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### Vorbereitung:

Es ist keine besondere Vorbereitung nötig.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Bilden Sie Gruppen mit vier bis fünf Mitgliedern und bitten Sie sie, sich ein globales Problem zu überlegen, für das sie eine Lösung finden möchten.
- Die Gruppen sollen die aktuelle Situation in Bezug auf dieses Problem besprechen und überlegen, wie diese Situation ihrer Meinung nach in zehn Jahren sein sollte. Bitten Sie die Teilnehmenden, die einzelnen Schritte zu definieren, die für diese Veränderung nötig sind.

#### Schritt 2:

- Bitten Sie die Gruppen, die Entwicklung von der aktuellen Situation zur gewünschten Situation in zehn Jahren in Form eines Drehbuchs für einen Film oder eine Serie darzustellen. Geben Sie Ihnen dazu Tipps (siehe [Infobox „Tipps fürs Drehbuchschreiben“](#)).



## REFLEXION

- Sind die Lösungen in eurem Drehbuch realistisch? Wie könntet ihr diese im echten Leben umsetzen?
- Was wäre nötig, um diese Lösungen im echten Leben umzusetzen?
- An welcher Stelle des Prozesses, den ihr zur Lösung des Problems in eurem Drehbuch vorschlagt, seht ihr euch selbst?



## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

- Sie können jedes globale Problem heranziehen, um es zu besprechen und in der Gruppe Drehbücher zu entwickeln, um die Lösungen in die Praxis umzusetzen.
- Diese Aktivität kann auch in einen längeren Lernprozess eingebunden und umgesetzt werden, nachdem die Teilnehmenden bereits davor in einigen Einheiten die Gelegenheit hatten, globale Probleme zu betrachten und sich zu überlegen, welches davon sie gerne in Angriff nehmen möchten.
- Als weiterführende Aktivität könnten die Gruppen auf der Grundlage der entworfenen Drehbücher einen kurzen Videofilm drehen.



## Infobox: Tipps fürs Drehbuchschreiben

1. Überlegt euch einen Titel für euren Film bzw. eure Serie.
2. Findet eine aussagekräftige, kurze Beschreibung eurer Story. Versucht, einen Satz nach dem Prinzip „Was wäre, wenn...“ zu formulieren. Beispiel: Denkt an den Film Spider-Man. Hier könnte der Satz lauten: „Was wäre, wenn Spider-Man mit seinen Superkräften das Leben in eurer Gemeinde/Stadt verändern würde?“
3. Erstellt eine Liste der Figuren, die in eurem Film bzw. eurer Serie vorkommen. Zeichnet jede Figur und schreibt einen paar Sätze über sie, damit ihr das Gefühl bekommt, dass ihr sie gut kennt. Überlegt euch, wie die Figur aussieht, was sie fühlt, was ihre Aufgabe im Film ist und welche Fähigkeiten/Superkräfte die Figur hat.
4. Beschreibt die einzelnen Szenen. Die Szenen entsprechen den jeweiligen Schritten, die notwendig sind, damit eure Figuren die aktuelle Situation hin zur gewünschten Situation verändern. Wichtige Elemente jeder Szene sind:
  - Das Setting, wo die Szene stattfindet: In einem Park oder in einer Fabrik? Scheint die Sonne oder regnet es? Dabei sind besonders die Einzelheiten wichtig.
  - Die Dialoge der Figuren: Diese sollen zur Persönlichkeit eurer Figuren und zu dem, was sie fühlen, passen. Achtet darauf, dass sie nicht langweilig oder seicht wirken. Seid kreativ!

## 4.3.5 Herausforderungen neu denken



### EINLEITUNG

Indem wir verschiedene Formen von bewegten Bildern als Informations- und Inspirationsquelle nutzen, können die Teilnehmenden globale Probleme auf unterschiedlichen Ebenen erfassen.



### ZIELSETZUNG

Die Teilnehmenden sollen durch diese Aktivität die Komplexität verschiedener globaler Probleme und deren mögliche Folgen verstehen lernen.



## LERNZIELE

- ein globales Problem aus verschiedenen Perspektiven betrachten lernen
- kritisches Denken stärken
- Neugier wecken



## GRUPPENGROSSE

5 bis 25 Teilnehmende



## DAUER

45 Minuten; zusätzliche Zeit, um einen Film oder einen Teil davon anzusehen



## MATERIALIEN

- Flipchart-Papier
- Filzstifte
- Multimedia-Ausstattung (zum Filmschauen)



## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### Vorbereitung:

Wählen Sie einen Film, eine Folge einer Serie, eine Dokumentation, einen Zeichentrickfilm oder eine Realityshow zu einem globalen Problem, dass Sie behandeln möchten.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Sehen Sie sich mit den Teilnehmenden gemeinsam den Film oder einen Teil davon an.
- Machen Sie mit den Teilnehmenden danach ein Brainstorming zu den Herausforderungen oder Schwierigkeiten, die ihnen darin aufgefallen sind, und notieren Sie sie auf dem Flipchart.

#### Schritt 2:

- Bilden Sie Gruppen mit vier oder fünf Mitgliedern und weisen Sie jeder Gruppe eine Herausforderung/Schwierigkeit zu. Die Gruppe soll ihre Herausforderung/Schwierigkeit als Überschrift auf ein Flipchart-Papier schreiben.
- Bitten Sie die Teilnehmenden, in den Gruppen zu besprechen, wie sie der Herausforderung/Schwierigkeit entgentreten könnten. Dabei sollen sie so viele Optionen wie möglich finden.
- Bitten Sie die Teilnehmenden, alle ihre Vorschläge unter dem Titel ihrer Herausforderung/Schwierigkeit aufzuschreiben.



### Schritt 3:

- Die Teilnehmenden sollen auch die möglichen Folgen ihrer Vorschläge bedenken. Bitten Sie sie dazu, auf ihrem Flipchart-Papier in Form von Pfaden (siehe Strukturübersicht „Herausforderungen neu denken“ auf [Seite 81](#)) ausgehend von jedem Vorschlag die potentiellen Folgen zu notieren.



### REFLEXION

- War es für euch einfach oder schwierig, Herausforderungen oder Schwierigkeiten im Film bzw. in der Serie, die wir angesehen haben, zu erkennen? Warum?
- War es einfach oder schwierig, euch Vorschläge als Reaktion auf diese Herausforderung/Schwierigkeit zu überlegen? Warum?
- Hat euch einer dieser Vorschläge oder dessen Folgen überrascht? Was hat euch am meisten überrascht?
- Fallen euch Ähnlichkeiten zwischen der Herausforderung/Schwierigkeit, mit der ihr euch beschäftigt habt, und dem echten Leben ein? Wenn ja, welche?
- Was könnt ihr tun, um diese Herausforderung/Schwierigkeit zu meistern?

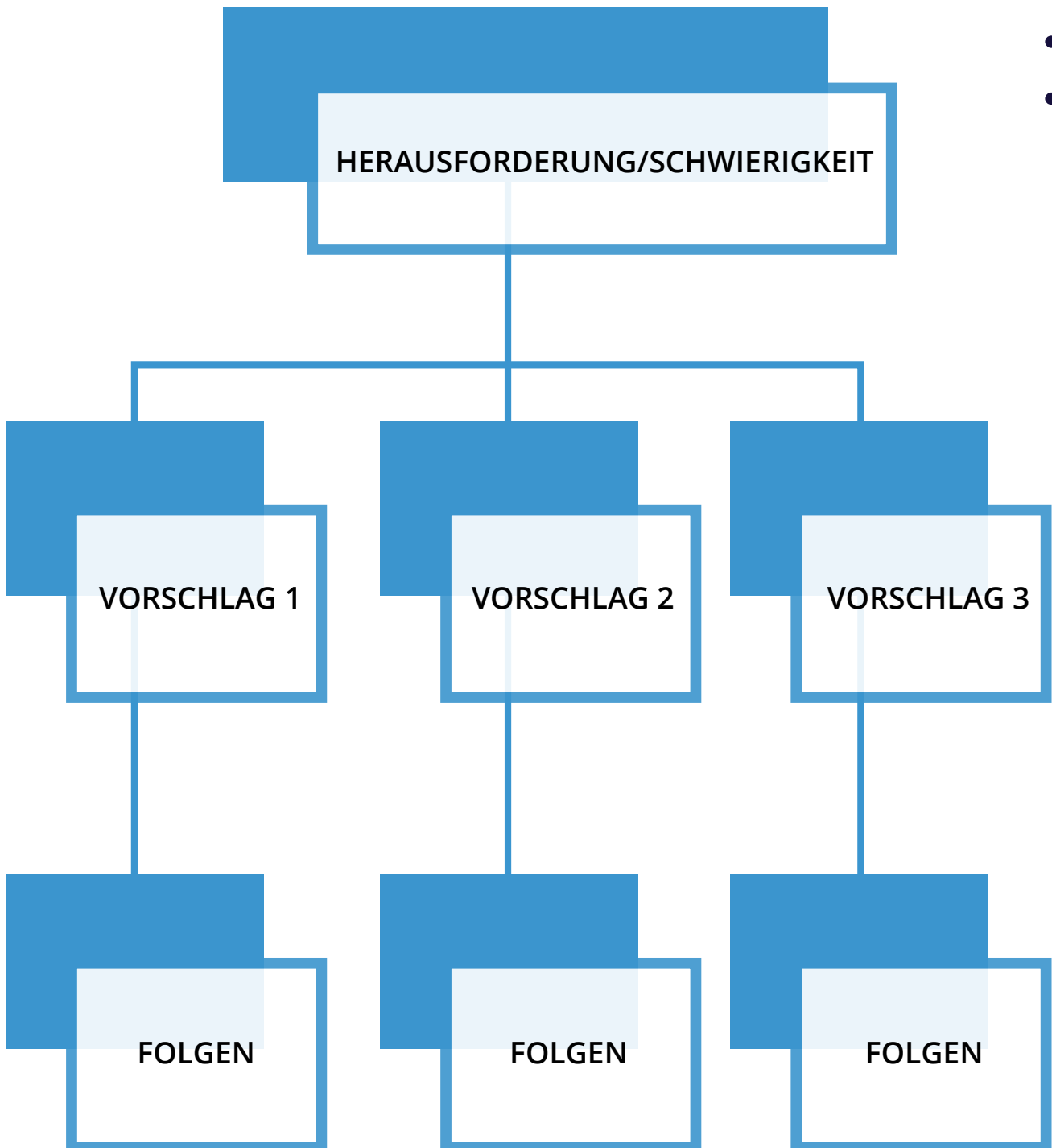


### TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

Die Auswahl des Filmes richtet sich immer nach der individuellen Gruppe, mit der Sie arbeiten. Beachten Sie dabei insbesondere Alter, Interessen und Erwartungen der Teilnehmenden.



# Strukturübersicht: Herausforderungen neu denken





## 4.4 Soziale Medien und digitaler Aktivismus

*Tanja Leskovar*

Unter digitalem Aktivismus verstehen wir den Einsatz von digitalen Werkzeugen (Internet, Smartphones oder Applikationen), um Veränderungen in Gesellschaft, Politik oder Wirtschaft zu erzielen. Dabei sollte man sich bewusst machen, dass die digitalen Werkzeuge allein noch keine Veränderung bringen. Eine Veränderung kann man dann am besten erreichen, wenn man digitalen Aktivismus mit den „traditionellen“ Formen des Offline-Aktivismus verbindet. Die digitalen Werkzeuge ermöglichen es, mit hunderten, tausenden, ja sogar Millionen Menschen überall auf der Welt unmittelbar in Kontakt zu treten. Das gibt dem Aktivismus eine ganz neue Dimension. Über digitale Werkzeuge ist es einfach und meist auch kostengünstig, Botschaften, Informationen und Hinweise zu verbreiten und ähnlich denkende Menschen und Einrichtungen zusammenzubringen und zu organisieren. Digitaler Aktivismus ist daher gerade für all jene eine sehr nützliche Methode zur Bekanntmachung ihrer Botschaften und Ideen, die keinen oder nur eingeschränkten Zugang zu anderen Werkzeugen oder Ressourcen haben. Außerdem ist er eine der besten Möglichkeiten, um neue Aktivist\_innen und Unterstützer\_innen zu gewinnen. Das ist leicht nachvollziehbar, wenn man bedenkt, wie viel einfacher, schneller und billiger es ist, auf den „Gefällt mir“-Button in Facebook™ zu klicken, die Videos eines\_r Aktivisten\_in zu teilen oder etwas auf Twitter zu retweeten, als zu einer Demonstration auf die Straße zu gehen, an einem Runden Tisch teilzunehmen oder auch nur eine Petition aufmerksam zu lesen und zu unterzeichnen. Die Kehrseite von digitalem Aktivismus ist, dass er zu sogenanntem *Clicktivism* führen kann. Also zu einem passiven Klicken, ohne dass echtes Engagement dahintersteht. Dieses Phänomen, das manchmal auch als *Slacktivism* (vom englischen *slacker* = Faulenzer) bezeichnet wird, sollte man berücksichtigen, wenn man digitale Aktionen plant und vor allem wenn man ihre Reichweite und ihre Erfolgsaussichten abschätzt. Das Wichtigste bleibt die Botschaft und die Ideale, nicht zigtausende praktisch nutzlose Klicks und Likes, die zu keinerlei echter politischer Beteiligung führen.

Digitaler Aktivismus wird heute sowohl von Personen genützt, die keiner organisierten Gruppe angehören und auch keine solche aufbauen wollen, als auch von formal organisierten Vereinen, Zusammenschlüssen, lokalen und nationalen Behörden und internationalen Organisationen. Zumeist wird er von diesen Akteur\_innen eingesetzt, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen, eine Aktion zu planen, Informationen weiterzugeben, um zu bestimmten Aktivitäten oder einem sonstigen (finanziellen) Beitrag aufzurufen oder direkt Online-Aktionen umzusetzen. Wer, wann und wie digital aktiv wird oder werden kann, hängt natürlich von einer Vielzahl von Faktoren ab.

Digitaler Aktivismus kann also ein sehr wirkungsvolles Instrument sein, das Aktivist\_innen verwenden sollten, um Bewusstsein für die Ziele für nachhaltige Entwicklung zu schaffen und Ideen, Ansätze, Lösungen, Vorschläge und Forderungen zu den SDGs zu entwickeln, zu verbreiten und gegenüber Regierungen, politischen Entscheidungsträger\_innen und der Öffentlichkeit durchzusetzen. Eine der Zielvorgaben des SDG 5 ist beispielsweise „alle Formen von Gewalt gegen alle Frauen und Mädchen im öffentlichen und im privaten Bereich zu [...] beseitigen“. Laut dem Bericht vom September 2015 der *Broadband Commission for Digital Development*, die von der UNESCO und ITU (UN-Sonderorganisation für technische Aspekte der Telekommunikation) eingesetzt wurde, „waren 73 % der Frauen bereits einer Art von Online-Gewalt ausgesetzt oder haben diese erlebt“ (übersetzt aus dem Englischen).<sup>8</sup> Wäre der Kampf gegen diese Form von Gewalt gegen Frauen und Mädchen ohne Online-Aktivismus überhaupt möglich?

In diesem Kapitel wollen wir uns die Grundlagen des digitalen Aktivismus ansehen: Warum und wie wählt man ein digitales Werkzeug für eine gewisse Kampagne? Warum ist es wichtig, strenge Vorgaben in Bezug auf Internetsicherheit einzuhalten? Was sind die Vorteile von digitalem Aktivismus und wo stößt er an seine Grenzen? Und welchen Gefahren sind digitale Aktivist\_innen ausgesetzt? In den vorgeschlagenen Aktivitäten verwenden wir einige der gängigsten und am leichtesten zugänglichen digitalen Werkzeuge: Online-Petition, soziales Netzwerk, Blog, Vlog (Video-Blog) und Micro-Blogging. Mit den Aktivitäten wollen wir erreichen, dass die Teilnehmenden in der Lage sind, eine Kampagne mit den grundlegenden digitalen Werkzeugen zu entwickeln und umzusetzen.

Bei den Aktivitäten in diesem Kapitel ist es empfehlenswert, dass die\_der Trainer\_in bereits Vorkenntnisse im Umgang mit sozialen Medien und digitalem Aktivismus hat. Vor allem bei der Übung 4.4.4. sollte die\_der Trainer\_in bereits Erfahrung in der Umsetzung von digitalen Kampagnen haben.





## 4.4.1 Digitaler Aktivismus



### EINLEITUNG

Unter digitalem Aktivismus verstehen wir den Einsatz von digitalen Werkzeugen, um Veränderungen in Gesellschaft, Politik oder Wirtschaft zu erzielen. Wir wollen uns ansehen, wie diese Werkzeuge funktionieren und wie sie am wirkungsvollsten aktivistisch eingesetzt werden können.

### Infobox: Digitaler Aktivismus und Werkzeuge

Das Internet bietet zahlreiche neue Möglichkeiten, wie sich Aktivist\_innen politisch engagieren können. Ein großer Vorteil sind die geringen Kosten und die große Reichweite. Einen Blog zu starten kostet deutlich weniger, als zum Beispiel einen Zeitungsverlag zu eröffnen. Soziale Medien sind sehr mächtige Tools und können zur Erleichterung von Kommunikation, Mobilisierung, Verbreitung von Informationen dienen. Digitale Technologien können mittlerweile auch genutzt werden, um in Krisen sofort über Soziale Medien NGOs und NPOs zu mobilisieren. Weltweit werden verschiedenste digitale Informations- und Kommunikationstechnologien genutzt, die in folgende Kategorien gegliedert werden können:

**Soziale Netzwerke** (wie zum Beispiel Facebook) spielen eine zentrale Rolle für Netzaktivist\_innen. Sie nutzen die Plattformen für eine schnelle Informationsverbreitung, um zu mobilisieren, Aktionen zu initiieren und um sich zu organisieren oder sogar Spenden zu sammeln. Der Vorteil hier ist (im Gegensatz zu Blogs), dass nur registrierte Nutzer\_innen Zugang haben und sich diese meist kennen und vertrauen. Dies macht es auch schwieriger für totalitäre Regime, Diskussionsbeiträge zu sperren. Facebook hat eine wichtige Rolle in Protestbewegungen und Revolutionen, wie zum Beispiel im Arabischen Frühling, gespielt.

**Weblogs (Blogs)** sind ebenfalls beliebt im digitalen Aktivismus. Vor allem in Ländern mit geringer Pressefreiheit spielen Sie eine wichtige Rolle, weil durch sie einfach und anonym freier Meinungs austausch stattfinden kann, während die staatlichen Medien oft kontrolliert und sanktioniert werden. Auch sie haben während des Arabischen Frühlings eine große Rolle gespielt.

**Microblogging-Plattformen** (wie zum Beispiel Twitter) dienen Aktivist\_innen als Austausch- und Diskussionsorte. Diese Tools werden immer populärer. Über Microblogging-Plattformen können Meldungen in 140-Zeichen-Länge gebloggt

werden. Sind die Nutzer\_innen gut vernetzt, können sie auf diese Weise schnell Informationen verbreiten. Auch sie können eingesetzt werden, um Petitionen zu bewerben oder Spenden zu sammeln. Twitter und Co haben ebenfalls im Arabischen Frühling eine wichtige Rolle gespielt und werden auch immer wieder in der Ukraine-Krise eingesetzt.

**Videoblogs (Vlogs)** ermöglichen es, über Videoplattformen Bilder zu verbreiten, genauso wie durch Blogs Texte verbreitet werden. Und ein Bild sagt oft mehr als tausend Worte. Dieses Tool wird von Menschen oft benutzt, um auf Menschenrechtsverletzungen aufmerksam zu machen (Beispiele: Syrien, Türkei). Wenn die öffentlichen Medien nicht darüber berichten, können Menschen selbst Videos produzieren und diese verbreiten.

**Online-Petitionen und -Spendenaufrufe** ermöglichen eine sehr schnelle Verbreitung von Petitionen und Spendenaufrufen mit sehr hoher Reichweite. Die Nutzer\_innen können einfach digital ihre Zustimmung zu Petitionen geben oder online spenden.

Die digitalen Medien erweisen sich als wichtiges Hilfsmittel für Organisationen und Aktivist\_innen und sind oft dem guten Zweck dienlich. In den falschen Händen können sie allerdings auch für das Gegenteil verwendet werden (Überwachung, Fake News, Speicherung und Verbreitung von persönlichen Daten, Verbreitung von Hass, Hetze und terroristischen Ideen...). Die Echtheit von Informationen und vor allem von Videos und Bildern ist oft schwer zu überprüfen. Bei der Nutzung der digitalen Medien gilt es immer, diese mit Vorsicht einzusetzen und deren Wahrheitswert zu hinterfragen.<sup>9</sup>

Informationen zu den Gefahren im digitalen Aktivismus finden Sie in der Infobox auf [Seite 95](#).

#### Weiterführende Informationen zur Rolle von digitalem Aktivismus:

<https://www.netzpiloten.de/hashtags-aktivisten-welle/>  
<https://reset.org/knowledge/digitaler-aktivismus>



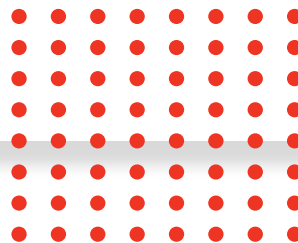
#### ZIELSETZUNG

Die Teilnehmenden sollen digitalen Aktivismus und seine Formen kennen lernen, sodass sie in der Lage sind, diese bei ihren eigenen Bemühungen für die Umsetzung der SDGs in ihrem lokalen Umfeld einzusetzen.



#### LERNZIELE

- kritisches Denken und Teamarbeit fördern
- sich mit Aktivismus im Allgemeinen und digitalem Aktivismus im Speziellen auseinandersetzen
- digitale Werkzeuge im Aktivismus für gewisse Zwecke einsetzen lernen





## GRUPPENGROSSE

8 bis 30 Teilnehmende



## DAUER

65 Minuten



## MATERIALIEN

- Computer oder Smartphones
- Post-its
- Plakate, Flipchart
- Kugelschreiber
- Arbeitsblatt „[Mein Digitaler-Aktivismus-Pass](#)“, je eines pro Teilnehmender\_m
- Klebepads
- [Plakate zu Arten von Aktivismus](#)
- evtl. Beamer



## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### Vorbereitung:

Bereiten Sie die folgende Definition von digitalem Aktivismus so auf, dass sie für alle Teilnehmenden gut sichtbar ist. Entscheiden Sie sich hierbei für ein passendes Medium je nach Gruppengröße (Beamer oder Ausdruck):

*Unter digitalem Aktivismus verstehen wir den Einsatz von digitalen Werkzeugen (Internet, Smartphones oder Applikationen), um Veränderungen in Gesellschaft, Politik oder Wirtschaft zu erzielen.<sup>10</sup>* Hängen Sie an den gegenüberliegenden Wänden oder in den Ecken des Raumes vier Plakate mit den folgenden Überschriften auf: 1) Aktivismus ist...; 2) Arten von Aktivismus...; 3) Ich kenne diese Art von Aktivismus...; 4) Bei dieser Art von Aktivismus habe ich schon einmal mitgemacht...; (siehe Plakate zu digitalem Aktivismus auf den [Seiten 88 bis 91](#)). Machen Sie verschiedene Webseiten, die mit digitalem Aktivismus in Zusammenhang stehen, für die Teilnehmenden sichtbar, indem Sie diese z.B. mittels Beamer auf die Wand projizieren.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Bitten Sie die Teilnehmenden, ein Post-it zu nehmen, ihre Beiträge zu den Überschriften der Plakate 1 und 2 darauf zu schreiben und sie auf die jeweiligen Plakate zu kleben.
- Lesen Sie die Überschriften der Plakate 1 und 2 laut vor und verweisen Sie auf die vorbereitete Definition von *digitalem Aktivismus*.
- Bitten Sie die Teilnehmenden, zu den Plakaten 3 und 4 überzugehen. Dazu sollen sie wieder ihre Beiträge auf Post-its schreiben und diese auf die Plakate kleben.
- Fragen Sie die Teilnehmenden, ob jemand von ihnen der Gruppe von ihren/seinen Erfahrungen mit unterschiedlichen Formen von Aktivismus erzählen möchte.



- Teilen Sie die Arbeitsblätter „*Mein Digitaler-Aktivismus-Pass*“ aus und bitten Sie die Teilnehmenden, diese durchzulesen und die ersten drei Zeilen auszufüllen.

### **Schritt 2:**

- Bilden Sie fünf Gruppen mit bis zu sieben Mitgliedern.
- Jede Gruppe bekommt einen eigenen Namen: Gruppe 1: SDG 5; Gruppe 2: SDG 11; Gruppe 3: SDG 12; Gruppe 4: Digitaler Aktivismus; Gruppe 5: Stars und SDGs.
- Bitten Sie jede Gruppe, auf einem sozialen Medium (zum Beispiel Facebook oder Instagram) eine geschlossene Gruppe zu erstellen und darin Beiträge über die Bedeutung des Namens ihrer Gruppe zu posten.
- Besprechen Sie dann mit allen gemeinsam, was sie über Werkzeuge und Geräte für digitalen Aktivismus denken und notieren Sie die Beiträge.

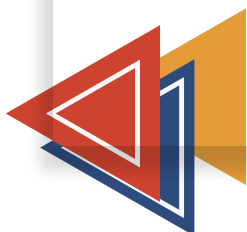
### **Schritt 3:**

- Die Gruppen arbeiten weiter mit ihren Social-Media-Gruppen. Bitten Sie sie, so viele Posts wie möglich über das Thema ihrer Gruppe online zu suchen und zu teilen.
- Die Mitglieder der Gruppe sollen auch ihre eigene Meinung zum Thema posten.
- Bitten Sie die Gruppen, auch den die Leiter\_in der Aktivität und die anderen Teilnehmenden zu ihren Social-Media-Gruppen einzuladen. Nun können auch alle anderen die Posts kommentieren.
- Die Teilnehmenden sollen den Rest des Arbeitsblatts „*Mein Digitaler-Aktivismus-Pass*“ ausfüllen und, wenn sie möchten, ein Foto davon machen und dieses posten.



## **REFLEXION**

- Habt ihr etwas Neues über digitalen Aktivismus gelernt?
- Denkt ihr, dass digitaler Aktivismus wichtig ist? Warum (nicht)?
- Denkt ihr, dass digitaler Aktivismus für euch in Zukunft nützlich sein kann?
- Denkt ihr, dass die SDGs wichtig sind? Warum (nicht)?
- Habt ihr etwas Neues über die SDGs gelernt?
- Wie habt ihr nach den Posts gesucht, die ihr geteilt habt? Auf welchen Plattformen wart ihr?
- Welcher Teil der Aktivität hat euch am meisten gefallen?
- Wie geht es euch mit Kommentaren, die ihr auf digitalen Plattformen bekommt? Wie geht es euch mit Kommentaren außerhalb der sozialen Medien (in dieser Gruppe oder unter Freund\_innen)? Mit welchen Kommentaren könnt ihr besser umgehen? Welche sind euch wichtiger?



# Aktivismus ist...

[illegible]

## This image shows a full page of white paper with horizontal orange lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a template for writing or drawing. There are no margins, text, or other markings on the page.

[illegible]

**Bei dieser Art von Aktivismus habe ich schon einmal mitgemacht...**

[illegible]

# Mein Digitaler-Aktivismus-Pass



Ich heiße \_\_\_\_\_. Am wichtigsten ist mir \_\_\_\_\_ (*Geschlechtergleichstellung / Nachhaltige Städte und Gemeinden / Verantwortungsvoller Konsum*), denn ich denke, dass das Problem \_\_\_\_\_ ist.

Dieses Problem ist \_\_\_\_\_ (*lokal/national/global*).

Ich kann besonders gut \_\_\_\_\_ (*Geschichten oder Gedichte schreiben / zeichnen / mit Menschen reden / performen oder schauspielern / tanzen / Sport machen / organisieren*)

Mit meinen Fähigkeiten kann ich Bewusstsein schaffen, indem ich \_\_\_\_\_ (*Videos drehe / Flyer gestalte / Plakate oder Graffitis male / ein Quiz erstelle / schauspiele / eine Kampagne, Sportveranstaltung oder Performance organisiere / einen Artikel oder ein Gedicht schreibe / eine Petition verfasse...*)

Um meine Meinung oder mein Wissen unter Gleichaltrigen zu verbreiten, kann ich \_\_\_\_\_ verwenden. (*Facebook, Instagram, SnapChat, YouTube, Kahoot-Quiz, Actionbound, petition maker....*)



Wichtig für den Digitalen-Aktivismus-Pass:

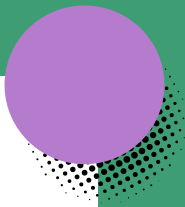
---

---

---

---

---



## 4.4.2 Einzelne digitale Werkzeuge



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität lernen wir verschiedene digitale Werkzeuge mit ihren Vor- und Nachteilen kennen.



### ZIELSETZUNG

Die Teilnehmenden sollen unterschiedliche digitale Werkzeuge kennenlernen und erfahren, wie sie sie am besten zur Erreichung der SDGs in ihrem lokalen Umfeld einsetzen können.



### LERNZIELE

- kritisches Denken und Teamarbeit fördern
- digitale Werkzeuge im Aktivismus für bestimmte Zwecke einsetzen lernen



### GRUPPENGROSSE

8 bis 30 Teilnehmende



### DAUER

60 Minuten



### MATERIALIEN

- Computer, Smartphones
- Internet
- Beamer
- Post-its
- Plakate, Flipchart
- Kugelschreiber
- ein Satz [Digitale-Werkzeuge-Kärtchen \(Seite 96\)](#)
- Klebepads
- Zugang zur geschlossenen Social-Media-Gruppe, die bei der Aktivität „Digitaler Aktivismus“ eingerichtet wurde



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Drucken und schneiden Sie die Digitale-Werkzeuge-Kärtchen aus.

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Bilden Sie fünf Gruppen. Jede Gruppe braucht Zugang zu einem Computer und/oder einem Smartphone.
- Jede Gruppe soll sich eines der Digitale-Werkzeuge-Kärtchen aussuchen. Biten Sie die Gruppe, die Frage auf dem Kärtchen zu beantworten.
- Die Gruppen sollen Beispiele finden, wo ihr jeweiliges digitales Werkzeug eingesetzt wurde, um die SDGs Geschlechtergleichstellung (SDG 5), Nachhaltige





Städte und Gemeinden (SDG 11) sowie Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12) zu fördern und die Beispiele in ihrer Social-Media-Gruppe posten.

### **Schritt 2:**

- Bitten Sie jede Gruppe, ihr Kärtchen und ihre Antworten zu präsentieren. Vergleichen Sie, was die Gruppen zusammengetragen haben und geben Sie die Möglichkeit zur Diskussion und für Fragen.
- Geben Sie den Teilnehmenden ein wenig Zeit, um online Kommentare zu posten.

### **Schritt 3:**

- Auf der Grundlage der zusammengetragenen Informationen sollen die Gruppen über die Schwachpunkte von digitalem Aktivismus nachdenken. Geben Sie Anregungen dazu, indem Sie einige Schlagworte nennen. Zum Beispiel: *Clicktivism* oder *Slacktivism*, Fehlen einer echten Debatte oder fehlende Motivation für Offline-Aktionen.
- Bitten Sie jede Gruppe, ihre Ergebnisse zu präsentieren. Geben Sie die Möglichkeit zur Diskussion unter den Gruppen.



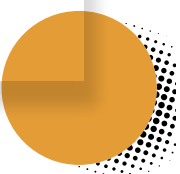
## **REFLEXION**

- Regen Sie zu Beginn der Diskussion dazu an, über die Verflechtungen in unserer heutigen Welt und deren unterschiedliche Bedeutung für die Teilnehmenden (je nach deren Fähigkeiten, Interessen, Vorlieben oder Zugangsmöglichkeiten) nachzudenken.
- Welche Werkzeuge sind „die besten“?
- Wie stehen sie mit den SDGs Geschlechtergleichstellung (SDG 5), Nachhaltige Städte und Gemeinden (SDG 11) sowie Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12) in Verbindung?
- Haben alle dazu gleichermaßen Zugang? Wenn nicht, warum ist das so?
- Kennt ihr noch andere digitale Werkzeuge, die man im Aktivismus einsetzen könnte? Weisen Sie die Teilnehmenden auf Applikationen hin, die speziell für digitalen Aktivismus entwickelt wurden, wie zum Beispiel die Android-App *Panic Button* von Amnesty International, *Crowdvoice*, *Bambuser*, *Piddler*, *Off the Record Messaging* oder *Crabgrass*.



## **TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN**

- Informieren Sie sich vorab gut über digitalen Aktivismus (Infobox [Seite 84](#)) und die verschiedenen Werkzeuge. Die Teilnehmenden kennen einige Werk-



- zeuge vielleicht sehr gut und wissen dafür wenig über andere.
- Passen Sie die Liste der Applikationen für digitalen Aktivismus an Ihre Teilnehmenden und deren soziales Umfeld an.

## Infobox: Gefahren von digitalem Aktivismus

Digitaler Aktivismus ist eine sehr wirksame Methode, die verwendet werden kann, um Massen zu mobilisieren, auf Missstände aufmerksam zu machen, Zensur zu umgehen, sich mit ähnlich gesinnten Menschen zu verbinden, soziale Veränderungen, Gleichberechtigung oder Revolutionen voranzutreiben und so weiter. Allerdings können genau diese Tools auch eine Gefahr für Aktivist\_innen darstellen und gegen sie verwendet werden. Das Business Modell all dieser Tools basiert darauf, Daten zu sammeln, zu verarbeiten und zu analysieren. Diese Anhäufung von Daten bietet zahlreiche Möglichkeiten zur Überwachung, Manipulation sowie Internetgewalt und -kriminalität. Durch all die Daten, die im Hintergrund über uns gesammelt werden (Suchanfragen, was wir wann mit wem tun, Likes, Dislikes...) kann ein sehr tiefer Einblick in unsere soziale, kulturelle und politische Einstellung gewonnen werden, der oft viel tiefer geht als die Informationen, die unsere Freunde und Familie über uns haben. Diese hochsensiblen Daten können manipuliert, geteilt, dupliziert und missbraucht werden (Kontrolle, Beeinflussung, Beunruhigung, Verfolgung, Überwachung, Einschüchterung...). Dies muss immer im Hinterkopf behalten werden.<sup>11</sup>

In der Quellenangabe zu diesem Absatz in Fußnote 10 finden Sie weiterführende Informationen auf Englisch sowie Verweise auf Artikeln, die sich damit beschäftigen, wie man sich schützen kann.



Picture credit: [www.freepik.com](http://www.freepik.com)

# Digitale-Werkzeuge-Kärtchen

## 1. ONLINE-PETITION



Was ist das?  
Wie kann diese Form von Aktivismus eingesetzt werden?  
Wann kann sie eingesetzt werden?  
Warum kann sie eingesetzt werden?  
Von wem kann sie eingesetzt werden?  
Wo stößt sie an ihre Grenzen?

Finde Beispiele zu den Themen Geschlechtergleichstellung, Nachhaltige Städte und Gemeinden und Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster und poste sie in unserer Facebook-Gruppe.

## 2. SOZIALES NETZWERK



Was ist das?  
Wie kann diese Form von Aktivismus eingesetzt werden?  
Wann kann sie eingesetzt werden?  
Warum kann sie eingesetzt werden?  
Von wem kann sie eingesetzt werden?  
Wo stößt sie an ihre Grenzen?

Finde Beispiele zu den Themen Geschlechtergleichstellung, Nachhaltige Städte und Gemeinden und Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster, und poste sie in unserer Facebook-Gruppe.

## 3. BLOG



Was ist das?  
Wie kann diese Form von Aktivismus eingesetzt werden?  
Wann kann sie eingesetzt werden?  
Warum kann sie eingesetzt werden?  
Von wem kann sie eingesetzt werden?  
Wo stößt sie an ihre Grenzen?

Finde Beispiele zu den Themen Geschlechtergleichstellung, Nachhaltige Städte und Gemeinden und Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster, und poste sie in unserer Facebook-Gruppe.

## 4. VLOG



Was ist das?  
Wie kann diese Form von Aktivismus eingesetzt werden?  
Wann kann sie eingesetzt werden?  
Warum kann sie eingesetzt werden?  
Von wem kann sie eingesetzt werden?  
Wo stößt sie an ihre Grenzen?

Finde Beispiele zu den Themen Geschlechtergleichstellung, Nachhaltige Städte und Gemeinden und Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster, und poste sie in unserer Facebook-Gruppe.

## 5. MICRO-BLOGGING



Was ist das?  
Wie kann diese Form von Aktivismus eingesetzt werden?  
Wann kann sie eingesetzt werden?  
Warum kann sie eingesetzt werden?  
Von wem kann sie eingesetzt werden?  
Wo stößt sie an ihre Grenzen?

Finde Beispiele zu den Themen Geschlechtergleichstellung, Nachhaltige Städte und Gemeinden und Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster, und poste sie in unserer Facebook-Gruppe.

## 6. DEIN EIGENES WERKZEUG



Was ist das?  
Wie kann diese Form von Aktivismus eingesetzt werden?  
Wann kann sie eingesetzt werden?  
Warum kann sie eingesetzt werden?  
Von wem kann sie eingesetzt werden?  
Wo stößt sie an ihre Grenzen?

Finde Beispiele zu den Themen Geschlechtergleichstellung, Nachhaltige Städte und Gemeinden und Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster, und poste sie in unserer Facebook-Gruppe.

## 4.4.3 Online und offline



### EINLEITUNG

Digitaler Aktivismus ist heute ein wichtiger Teil unseres täglichen Lebens. Es ist uns vielleicht gar nicht bewusst, aber wir erleben ihn beinahe jedes Mal, wenn wir uns mit dem Internet verbinden. Er wird oft versteckt eingesetzt und mitunter von unerwarteten Akteur\_innen, wie Unternehmen oder Regierungen. Bei den folgenden Aktivitäten zeigen wir den Teilnehmenden, dass auch traditionelle Formen von Aktivismus weiterhin bestehen und dass, um einen echten Wandel herbeizuführen, beide Arten des Aktivismus zusammenspielen müssen.



### ZIELSETZUNG

Die Teilnehmenden sollen digita-

len Aktivismus und seine Formen kennen und mit traditionellem Offline-Aktivismus verbinden lernen, sodass sie in der Lage sind, diesen bei ihren eigenen Bemühungen für die SDGs in ihrem lokalen Umfeld einzusetzen.



### LERNZIELE

- kritisches Denken und Teamarbeit fördern
- sich mit Aktivismus im Allgemeinen und digitalem Aktivismus im Speziellen auseinandersetzen
- für die Gefahren von digitalem Aktivismus sensibilisieren und zeigen, wie man diesen vorbeugt



### GRUPPENGROSSE

8 bis 30 Teilnehmende

### 4.4.3.a Traditioneller Aktivismus: Werkzeuge und Formen



### DAUER

60 Minuten



### MATERIALIEN

- Flipchart
- Kugelschreiber
- ein Satz [Aktivismus-Kärtchen](#)
- Klebepads





## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT



### Vorbereitung:

Es ist keine besondere Vorbereitung nötig.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Bitten Sie die Teilnehmenden, sich in einem Kreis aufzustellen. Sie beginnen selbst, indem sie folgenden Satz sagen; „Ich bin Aktivist\_in und setze mich ein für \_\_\_\_\_.“ Alle, die dieser Aussage zustimmen, sollen in die Luft springen. Alle, die nicht einverstanden sind, sollen sich hinsetzen. Und alle, die keine Meinung dazu haben, sollen sich nicht bewegen. Bitten Sie jemand anderen, den gleichen Satz mit einem eigenen Beispiel zu formulieren. Jede\_r Teilnehmende kann dann einen eigenen Satz sagen, bis alle an der Reihe waren.

#### Schritt 2:

- Bilden Sie Gruppen mit fünf Mitgliedern und geben Sie ihnen je ein Aktivismus-Kärtchen. Zu dem Bild, das eine Form von Aktivismus darstellt, sollen die Gruppen notieren:
  - was auf diesem Bild ihrer Meinung nach zu sehen ist;
  - um welche Form von Aktivismus es sich handelt;
  - welche Beispiele von ähnlichen Aktionen sie noch kennen;
  - ob sie denken, dass diese Aktion erfolgreich war.
- Bitten Sie jede Gruppe, ihre Ergebnisse zu präsentieren.
- Erarbeiten Sie mit allen Teilnehmenden eine Definition von „Aktivismus“. Dabei sollen die Teilnehmenden ein Brainstorming machen und Ideen sammeln. Helfen Sie ihnen dabei, diese Ideen in eine Definition umzuwandeln, mit der alle einverstanden sind.

#### Schritt 3:

- Bitten Sie die Teilnehmenden, in den Gruppen darüber zu diskutieren, was sie über die verschiedenen Werkzeuge und Ausdrucksformen von traditionellem Aktivismus und über den Unterschied zu digitalem Aktivismus denken und sich dazu Notizen zu machen. Welche Form von Aktivismus ist ihrer Meinung nach am wirksamsten?
- Jede Gruppe soll danach ihre Ergebnisse präsentieren.



Picture credit: www.freepik.com



## REFLEXION

- Welche Formen von Aktivismus habt ihr kennen gelernt?
- Bei welchen könntet ihr euch vorstellen, selbst daran teilzunehmen? Warum?
- Bei welchen könntet ihr euch überhaupt nicht vorstellen, daran teilzunehmen? Warum?

### 4.4.3.b Digitale Werkzeuge und traditionellen Aktivismus verbinden



#### DAUER

45 Minuten



#### MATERIALIEN

- Flipchart
- Kugelschreiber
- ein Satz [Aktivismus-Kärtchen](#)
- Klebepads



#### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

##### Vorbereitung:

Es ist keine besondere Vorbereitung nötig.

##### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Bilden Sie Gruppen mit fünf bis sechs Mitgliedern. Bitten Sie die Gruppen, sich zu überlegen, welche ihrer Meinung nach die nützlichste oder wirkungsvollste Form von traditionellem Aktivismus ist.
- Danach soll sich jede Gruppe ein Aktivismus-Kärtchen aussuchen. Welchen Zusammenhang gibt es zwischen der gewählten Form von Aktivismus und anderen Formen von traditionellem/digitalem Aktivismus? Bitten Sie die Teilnehmenden, die folgenden Fragen zu beantworten:
  - Wie kann diese Form von Aktivismus eingesetzt werden?
  - Wann kann sie eingesetzt werden?



- Warum kann sie eingesetzt werden?
- Von wem kann sie eingesetzt werden?
- Wo stößt sie an ihre Grenzen?
- Wie kann diese Form von Aktivismus noch wirkungsvoller sein?

### **Schritt 2:**

- Vergleichen Sie, was die Gruppen zusammengetragen haben und diskutieren Sie mit ihnen darüber.



### **REFLEXION**

- Regen Sie zu Beginn der Diskussion dazu an, über die Verflechtungen in unserer heutigen Welt und die Wichtigkeit der verschiedenen Formen von Aktivismus nachzudenken, vor allem in Bezug auf die SDGs Geschlechtergleichstellung (SDG 5), Nachhaltige Städte und Gemeinden (SDG 11) sowie Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12).
- War es schwierig für euch, Gemeinsamkeiten zwischen Formen von digitalem und traditionellem Aktivismus zu finden?
- Habt ihr schon einmal bei einer Kampagne mitgemacht, bei der sowohl digitale als auch traditionelle Formen von Aktivismus eingesetzt wurden?
- Welche Form von Aktivismus lässt sich am besten für welches SDG einsetzen?
- Was sind eurer Meinung nach die wirksamsten Werkzeuge oder Kombinationen von Werkzeugen, um geschlechtsspezifische Gewalt im Internet zu verhindern?
- Welche digitalen Werkzeuge würdet ihr verwenden, um zu zeigen, wie eine nachhaltige Gemeinde/Stadt aussieht?

## **4.4.3.c Die Gefahren von digitalem Aktivismus**



### **DAUER**

45 Minuten



### **MATERIALIEN**

- Post-its
- Plakate, Flipchart
- Kugelschreiber
- Klebepads



## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### Vorbereitung:

Es ist keine besondere Vorbereitung nötig.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Bilden Sie Gruppen mit fünf bis sechs Mitgliedern.
- Auf der Grundlage dessen, was sie bei der Aktivität „Digitale Werkzeuge und traditionellen Aktivismus verbinden“ zusammengetragen haben, sollen die Gruppen sich mit den Gefahren von digitalem Aktivismus auseinandersetzen und dazu ein Brainstorming machen. Wenn nötig, geben Sie dabei Hilfestellung. Folgende Beispiele können Sie nennen: staatliche Überwachung, persönliche Attacken auf Aktivist\_innen, Unterstellung von übler Nachrede, Vorwurf der Verbreitung von Falschinformationen, Verbreitung von Falschinformationen über Aktivist\_innen, Androhen von rechtlichen Konsequenzen und Abschalten von Servern.

#### Schritt 2:

- Bitten Sie die Gruppen, ihre Ergebnisse zu präsentieren.
- Besprechen Sie mit der gesamten Gruppe, wie man diese Gefahren am besten vermeiden und ihnen begegnen kann.

*Informationen zu Gefahren bei digitalem Aktivismus finden Sie in der Infobox auf der [Seite 95](#).*



## REFLEXION

- Habt ihr euch davor schon einmal mit den Gefahren von digitalem Aktivismus beschäftigt?
- Welche Gefahren waren neu für euch?
- Was hat euch am meisten bewegt/schockiert?
- Überlegt ihr euch immer, bevor ihr etwas teilt, woher es kommt?
- Welche digitalen Werkzeuge würdet ihr verwenden, um zu zeigen, wie eine nachhaltige Gemeinde/Stadt aussieht?





# Aktivismus-Kärtchen

A. Demonstration



© Darij Zadnikar<sup>12</sup>

B. Expert\_innen-Konferenz



© Griffin Boyce<sup>13</sup>

C. Plakate



© Antonio Bonanno<sup>14</sup>

D. Blockade



© Darij Zadnikar<sup>15</sup>

E. Online-Aktivismus



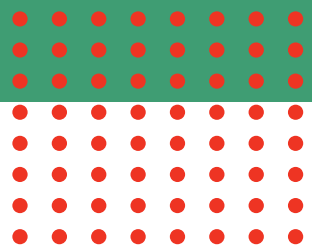
© Felipe Tofani<sup>16</sup>

F. Graffiti



© Fibonacci Blue<sup>17</sup>





#### G. Boycott



© Fibonacci Blue<sup>18</sup>

#### H. Hungerstreik



© Joegoauk Goe<sup>19</sup>

#### I. Marsch



© Master Steve Rapport<sup>20</sup>

#### J. Petition



© RubyGoes<sup>21</sup>

#### K. Sensibilisierungskampagne



© IAS (Institute for African Studies)<sup>22</sup>

#### L. Öffentliche Debatte



© System Change not Climate Change

## 4.4.4 Digitale Kampagne leicht gemacht



### EINLEITUNG

Diese Aktivität baut auf den Aktivitäten [4.4.1 „Digitaler Aktivismus“](#) und [4.4.2 „Einzelne digitale Werkzeuge“](#) auf, bei denen die Teilnehmenden verschiedene Formen von Aktivismus kennen gelernt haben. Nun bekommen die Teilnehmenden die Möglichkeit, eine digitale Kampagne für die SDGs selbst zu planen und umzusetzen. In der Vorbereitungsphase werden die Teilnehmenden all die Fähigkeiten und Kenntnisse benötigen, die sie in den Aktivitäten 4.4.1 und 4.4.2 erworben haben.



### ZIELSETZUNG

Die Teilnehmenden lernen, wie man eine digitale Kampagne organisiert.



### LERNZIELE

- kritisches Denken fördern



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Öffnen Sie ein bereits bestehendes Kahoot-Quiz oder bereiten Sie Ihr eigenes vor. Um zu einem bestehenden Quiz von Südwind zu gelangen, gehen Sie bitte auf die Seite <https://create.kahoot.it/discover>, loggen Sie sich dort ein und tippen Sie „VereinSuedwind“ in das Suchfeld. Hier finden Sie verschiedene Quiz zu den Themen SDGs für verschiedene Altersklassen, Ernährung global, Baumwolle oder Klima. Sie können im Suchfenster auch einfach ein Thema eingeben und

- Fähigkeit zur Teamarbeit verbessern
- digitale Werkzeuge im Aktivismus im Rahmen einer konkreten Kampagne einsetzen lernen



### GRUPPENGROSSE

8 bis 30 Teilnehmende



### DAUER

3 Stunden



### MATERIALIEN

- Computer, Smartphones
- Internet
- Post-its
- Plakate, Flipchart
- Kugelschreiber
- ein Satz Aktivismus-Kärtchen
- Klebepads





schauen, ob ein Quiz gefunden wird, wenn Sie nicht unsere Vorlagen verwenden wollen. Sie können auf der Seite <https://kahoot.com/> auch Ihr eigenes Quiz erstellen, nachdem Sie sich eingeloggt haben.

## **Ablauf:**

### **Schritt 1:**

- Spielen Sie mit den Teilnehmenden zuerst ein *Kahoot-Online-Quiz*.
- Bilden Sie Gruppen mit fünf bis sechs Mitgliedern. Jede Gruppe braucht Zugang zu einem Computer und/oder einem Smartphone und soll Kahoot öffnen, um ein Quiz zu spielen. Es kann auch einzeln gespielt werden, wenn jede\_r ein Smartphone hat.
- Bitten Sie die Teilnehmenden, über die SDGs 5, 11 und 12 unter unterschiedlichen Gesichtspunkten nachzudenken und zu überlegen, wie dazu eine digitale Kampagne aussehen könnte.
- Jede Gruppe soll sich für eines der drei SDGs 5, 11 oder 12 entscheiden.

### **Schritt 2:**

- Zunächst sollen die Gruppen ihre Kampagne in groben Zügen entwerfen. Dabei sollen sie besonderes Augenmerk auf die W-Fragen legen: WARUM machen wir eine Kampagne (Problem), WAS machen wir (Aktivitäten), WEN brauchen wir, WELCHE digitalen Werkzeuge setzen wir ein, WANN und WO machen wir etwas, WOZU machen wir eine Kampagne (Ziel).
- Bitten Sie die Gruppen, ihre Ergebnisse zu präsentieren. Alle Gruppen sollen sich auf eine Kampagne einigen, die sie alle gemeinsam umsetzen wollen.
- Sie können ihnen neben den Werkzeugen aus der Aktivität 4.4.2 weitere Werkzeuge vorschlagen, die ihnen bei der Umsetzung ihrer Kampagne helfen können, wie zum Beispiel *Canva* (<https://www.canva.com>) für das Entwerfen von Bildmaterial; *Actionbound* (<https://en.actionbound.com>) zum Erstellen von interaktiven Schnitzeljagden; *Kahoot* (<https://kahoot.com>) zur Bewusstseinsbildung; *Mentimeter* zum Messen des Erfolgs (<https://www.mentimeter.com>); *Padlet* (<https://padlet.com>) oder *Trello* (<https://trello.com>) für das Management.

### **Schritt 3:**

- Die Teilnehmenden sollen ihre Kampagne in Teilbereiche aufteilen, um die Organisation zu erleichtern. Besprechen Sie mit den Teilnehmenden, wie sie gerne arbeiten möchten und unterstützen Sie sie dabei, Gruppen zu bilden, die bestimmte Rollen und Zuständigkeiten in der Kampagne übernehmen.
- Geben Sie den Gruppen genügend Zeit, sich dem jeweiligen Teilbereich der Kampagne zu widmen, damit diese am Schluss umgesetzt werden kann.
- Bitten Sie die Gruppen, ihre Ergebnisse zu präsentieren und geben Sie Möglichkeiten für Feedback, Erklärungen und Kommentare. Die gesamte Gruppe soll über alle Elemente der Kampagne Bescheid wissen und hinter ihr stehen können.





- Sorgen Sie dafür, dass die verschiedenen Teilbereiche, zu denen die Gruppen gearbeitet haben, eine kohärente Kampagne bilden. Diese Rolle kann auch ein\_e Teilnehmende als Kampagnenkoordinator\_in übernehmen.



## REFLEXION

- War es für euch einfach oder schwierig, euch auf ein Thema für eure Kampagne zu einigen? Warum?
- War es für euch einfach oder schwierig, euch auf die Werkzeuge, die ihr für eure Kampagne verwendet möchtet, zu einigen?
- Was denkt ihr über eure Kampagne? Was sind ihre Stärken? Was sind ihre Schwächen?
- Habt ihr das Gefühl, dass ihr alle an einer gemeinsamen Kampagne arbeitet? Was könntet ihr anders machen?
- Was habt ihr bei diesem Prozess gelernt?



## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

- Das eigentliche Ziel dieser Aktivität soll die tatsächliche Umsetzung der entwickelten Kampagne sein.
- Die Kampagne sollte zumindest zwei Wochen dauern, damit die Teilnehmenden genug Zeit haben, die erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse anzuwenden und umzusetzen. Während dieser Zeit werden die Teilnehmenden auf die typischen Schwierigkeiten einer digitalen Kampagne stoßen. Diese Gelegenheit können Sie nützen, um diese anzusprechen und mit der Gruppe darüber zu reflektieren.
- Es ist besonders wichtig, dass Sie die Umsetzung der Kampagne aufmerksam verfolgen und den Teilnehmende wenn nötig mit Rat und Tat zur Seite stehen. Nachdem die Kampagne beendet ist, sollten Sie unbedingt mit der Gruppe über die geleistete Arbeit reflektieren und das Ergebnis der Kampagne sowie den Lernerfolg gemeinsam beurteilen.



## 4.5 Street-Art und urbane Popkultur

Merle Weber

### Street-Art

*Urban Art* wird als Überbegriff für verschiedene Formen von bildender Kunst und Aktionskunst verwendet und beschränkt sich nicht nur auf Kunst im öffentlichen Raum. Dazu gehören beispielsweise Graffiti, Street-Art, Stickerkunst, *Urban Knitting* (gestrickte Kunst), *Guerilla Gardening* (heimliche Aussaat von Pflanzen) oder *Adbusting* (Umgestalten von Werbung).<sup>23</sup> Unter Street-Art verstehen wir im Allgemeinen bildende Kunst an öffentlichen Plätzen, abseits von traditionellen Ausstellungsflächen, die dort zumeist geduldet wird. Diese Art von Kunst wird im Englischen auch als *independent public art*, *post-graffiti* oder *neo-graffiti* bezeichnet. Gängige Ausdrucksformen sind gesprayte Graffiti, Schablonengraffiti, *Paste-ups* (mit Kleister oder Leim aufgezugene Plakate), Stickerkunst, Installationen und Skulpturen. Um die Wende zum 21. Jahrhundert haben auch Videoprojektionen und gestrickte Graffitis an Bedeutung gewonnen.<sup>24</sup> Der Begriff Street-Art wird vor allem verwendet, um zeitgenössische Kunstwerke im öffentlichen Raum von Graffitis zur territorialen Markierung, Vandalismus und *Corporate Art* abzugrenzen. *Guerilla Art* ist eine der Street-Art verwandte Form, bei der Objekte des öffentlichen Raums durch Hinzufügen von verschiedenen Elementen durch eine\_n (zumeist) anonyme\_n Künstler\_in verändert werden.

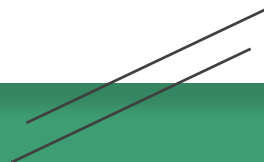
### Die Ziele der Street-Art:

- Street-Art wird oft verwendet, um Botschaften zu Politik, Gesellschaft oder Umwelt zu verbreiten, um auf Ungerechtigkeit aufmerksam zu machen oder um für aktuelle Themen zu sensibilisieren.
- Die Street-Art arbeitet häufig mit der Veränderung von Alltäglichem.
- Street-Art ist immer kritisch, manchmal auch mit einem Augenzwinkern.

### Die Methoden der Street-Art:

Die Methoden und Ausdrucksformen der Street-Art sind so vielseitig wie die Street-Art-Künstler\_innen selbst. Die folgenden Beispiele stellen typische Formen der Street-Art dar, die Ihnen als Inspiration für die Arbeit mit jungen Menschen dienen sollen:

- *Dreidimensionale Objekte*: Brad Downey ist ein in Berlin lebender US-amerikanischer Street-Art- und Aktionskünstler. Downey schafft dreidimensionale Objekte im öffentlichen Raum, die er Skulpturen nennt.
- *Temporäre Street-Art mit Kreide*: Der Kreide-Künstler David Zinn bringt Menschen mit seinen Gemälden zum Lächeln. Auf Fußwege, Gehsteigkanten und andere Objekte zeichnet David Zinn kleine Kalkfiguren - Kunstwerke, die der





nächste Regen wieder fortspült. Auch die österreichische Street-Art-Künstlerin Marlene Hausegger verändert mit ihren Kunstwerken Alltägliches und zeigt dabei subtilen Humor.

- *Schablonengraffiti*: Banksy, ein britischer Street-Art-Künstler, nützt die Taktik der Kommunikationsguerilla, um eine alternative Sichtweise auf politische und wirtschaftliche Themen anzubieten. Dabei verändert er oft bekannte Motive und Bilder.
- *Tape Art*: Bei der *Tape Art* handelt es sich um Kunst, die aus Klebebändern entsteht. Es werden diverse Klebebänder mit unterschiedlicher Struktur, in verschiedenen Farben und Formen verwendet. Die *Tape Art* entstand als Alternative zum Einsatz von Spray-Dosen. Zunächst war sie vor allem im öffentlichen, städtischen Raum angesiedelt. Inzwischen wurde sie aber auch von Medien und Privatpersonen entdeckt und erobert immer mehr auch Innenräume. Manchmal wird sie auch mit Graffiti-Kunst kombiniert.<sup>25</sup>
- *Lego Guerrilla Art*: *Lego Guerrilla* ist eine der unzähligen Varianten von *Guerilla Art*. Den Künstler\_innen geht es darum, mit Lego den städtischen Raum zu verschönern und ihn lebenswerter zu gestalten.
- *Moss Graffiti*: Bei einem *Moss Graffiti* wird echtes Moos verwendet, um auf Mauern im öffentlichen Raum zu „schreiben“. Das Moos wird dabei zu einer Art Farbe gemixt und dann in der Form auf die Wand aufgetragen, in der es später wachsen soll. Da beim Farbauftrag für normale Graffitis schädliche Chemikalien frei werden – wie zum Beispiel Methanol, das in großen Mengen das Nervensystem angreift –, können die Künstler\_innen, indem sie die Farbe durch Pflanzen ersetzen, ihre Kunstwerke schaffen, ohne dabei der Umwelt zu schaden. Wenn das Moos nach dem Auftragen wächst, erhält das Kunstwerk außerdem eine neue Dimension und das Konzept des *Guerilla Gardening* wird um eine Facette erweitert. Auf diesem Blog zu Moss Graffiti finden Sie weitere Informationen dazu: <https://growsomethinggreen.com/blogs/grow-something-green/moss-graffiti-guerilla-gardening-recipe>.
- *Wörter*: Auch Sprichwörter, Zitate oder Slogans können künstlerisch in Form von Street-Art verwendet werden.

Mithilfe der vielfältigen Methoden und Ausdrucksformen der Street-Art wollen wir durch die im Folgenden vorgestellten Aktivitäten das Interesse junger Menschen für die SDGs wecken.



picture credit: [www.freepik.com](http://www.freepik.com)

## 4.5.1 Dein Kommentar



### EINLEITUNG

Für junge Menschen ist es heute normal, auf sozialen Medien andauernd Dinge zu kommentieren, zumeist einfach nur mit einem „Daumen hoch“ oder einem „Daumen runter“, um ein „Gefällt mir (nicht)“ auszudrücken. Bei dieser Aktivität werden die Teilnehmenden dazu angeregt, dieses Kommentieren auf das echte Leben in ihrer Gemeinde/Stadt, zu übertragen – und zwar immer dann, wenn sie einen Hinweis auf die SDGs sehen. Für das Kommentieren wollen wir kreative Methoden der Street-Art verwenden.



### ZIELSETZUNG

Mit dieser Aktivität sollen junge Menschen herausfinden, wo in ihrer eigenen Gemeinde/Stadt Problemzonen liegen und Verbesserungsbedarf besteht. Im Speziellen geht es um die Themen

Diskriminierung aufgrund des Geschlechts, fehlende Nachhaltigkeit und verantwortungsloser Konsum (Negativbeispiele für die SDGs 5, 11 und 12). Darüber hinaus sollen sie lernen, kreative Lösungen zu finden und Orte kennenzulernen, an denen nachhaltige Entwicklung bereits gut funktioniert.



### LERNZIELE

- kritisches Denken und Problemlösungskompetenz fördern
- kreative Techniken ausprobieren und die eigenen künstlerischen Fähigkeiten entdecken
- Selbstwirksamkeit erfahren: meine Meinung hat Gewicht, meine Kommentare sind sichtbar, ich kann Dinge verändern



### GRUPPENGROSSE

5 bis 25 Teilnehmende



### DAUER

5 Stunden (einschließlich 2 Stunden draußen in der Gemeinde/Stadt)



### MATERIALIEN

- Flipchart-Papier
- Kugelschreiber, Filzstifte
- Materialien zum kreativen Arbeiten, wie farbiges Klebeband (evtl. können die Teilnehmenden mit Hilfe einer „tape-Up“-App *Tape Art* ausprobieren), Straßenmalkreiden, Kalkspray, Schablonen, Karton oder dickes Papier für Schilder oder doppelseitiges Klebeband zum Befestigen
- Smartphones oder Kameras



## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### Vorbereitung:

Informieren Sie sich vorab, was erlaubt ist und was nicht, und wo Sie Street-Art ausüben können. Weitere Informationen hierzu finden Sie in der *Infobox „Street-Art (il)legal?“* auf [Seite 111](#).

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Beginnen Sie die Aktivität mit einer moderierten Gruppendiskussion über folgende Themen: Was bewegt euch? In welcher (Um)welt möchtet ihr im Jahr 2050 leben? Was ist euch wichtig? Sammeln Sie die wichtigsten Punkte der Diskussion für alle sichtbar auf einem Flipchart.

#### Schritt 2:

- Bevor es an das tatsächliche Kommentieren im öffentlichen Raum geht, sollen die Teilnehmenden die verschiedenen kreativen Ausdrucksformen ausprobieren. Sie können in Gruppen arbeiten, mit den Materialien experimentieren und dabei die Diskussionspunkte als Basis verwenden.
- Fragen Sie die Teilnehmenden, welche Methoden ihrer Meinung nach am besten geeignet sind, um den öffentlichen Raum in ihrer Gemeinde/Stadt mit Kommentaren zu versehen.
- Besprechen Sie gemeinsam, was in der Street-Art erlaubt und was illegal ist.





## Infobox: Street-Art (il)legal?

Bei den verschiedenen Formen von Street-Art gilt zu beachten, dass sie nicht überall ausgeübt werden dürfen. Gesprayte Graffitis auf öffentlichen Flächen gelten als Sachbeschädigung. Sie sind nicht erlaubt und können bestraft werden, dasselbe gilt für *Moss Graffiti* und Schablonengraffiti. Mittlerweile gibt es bereits in vielen Städten Flächen, auf denen legal gesprayed werden darf. Sie können sich zum Beispiel unter <https://spraycity.at/> hierzu informieren. Auch *Guerilla Gardening* auf öffentlichen Plätzen ist nicht legal. *Tape Art* und Street-Art mit Kreide im öffentlichen Raum sind streng genommen eine Ordnungswidrigkeit, werden aufgrund der einfachen Möglichkeit der Entfernung allerdings meist nicht bestraft. Wenn man sicher gehen möchte, sollte man vorab beim Ordnungsamt nachfragen. Vielleicht kann die Gemeinde oder Stadt auch für das Projekt begeistert werden und erlaubt bestimmte Formen der Street-Art.<sup>26</sup>

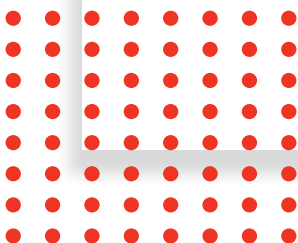
### Schritt 3:

- Bilden Sie Gruppen und bitten Sie sie, hinaus in die nähere Umgebung, ein anderes Viertel oder das Stadtzentrum zu gehen.
- Jede Gruppe soll ihren eigenen Ort oder ein Objekt finden, den bzw. das sie gerne kommentieren würde.
- Regen Sie sie dazu an, Kommentare an Wänden, in U-Bahn-Stationen oder an Stiegenaufgängen zu hinterlassen, zum Beispiel Daumen-hoch, Daumen-runter, Zitate, Forderungen, Fragen, Sprechblasen, mit Sprühkreide oder Schablonen gemalte Bilder, aufgeklebte Schilder, Abreißzettel oder Bilder aus Klebeband. Ein Kommentar könnte sein: „Ein wenig Grün könnte hier nicht schaden!“.
- Bitten Sie die Teilnehmenden, ihre Kommentare mit dem Smartphone bzw. der Kamera zu fotografieren, damit sie diese später in der Gruppe gemeinsam besprechen können.



### REFLEXION

- Was habt ihr in eurer Gemeinde/Stadt kommentiert? Warum war das für euch wichtig?
- Wie war das für euch?
- Gab es Reaktionen von Personen, die euch beim Kommentieren gesehen haben?





## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

- Sie können diese Aktivität auf zwei Tage aufteilen. Widmen Sie sich den Schritten 1 und 2 am ersten Tag und gehen Sie am zweiten Tag zu Schritt 3 über.
- Bei der Diskussion mit den Teilnehmenden können Sie das Thema „Was ist mir in Bezug auf eine gesunde Umwelt, Gleichberechtigung und nachhaltigen Konsum wichtig?“ vertiefen, bevor Sie mit dem Kommentieren beginnen.
- Nach der Aktivität können Sie eine öffentliche Ausstellung organisieren, bei der Sie die Fotos der von den jungen Menschen kommentierten Orte und Objekte zeigen.



## 4.5.2 Müllkunst



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität schaffen die Teilnehmenden Skulpturen aus Müll und stellen diese an öffentlichen Plätzen in ihrer Gemeinde/Stadt aus.



### ZIELSETZUNG

Die Aktivität soll zum kritischen Nachdenken über den eigenen Lebensstil und die eigenen Konsummuster (SDG 12) sowie über die globalen Verflechtungen bei der Herstellung von Konsumgütern anregen



### LERNZIELE

- Kunst aus dem schaffen, was nicht mehr gebraucht wird
- sich mit dem Thema nachhaltiger Konsum befassen
- (durch das öffentliche Ausstellen) Bewusstsein für das Müllproblem schaffen
- die Emotionen der Teilnehmenden auf Objekte übertra-

gen, indem sie Müll-Skulpturen schaffen

- das Konzept des Wettbewerbs hinterfragen: Müllkunst muss nicht „schön“ sein



### GRUPPENGROSSE

5 bis 25 Teilnehmende



### DAUER

6 Stunden (einschließlich der Zeit draußen in der Gemeinde/Stadt)



### MATERIALIEN

- Müll (im öffentlichen Raum gesammelt oder von zuhause mitgebracht)
- evtl. Handschuhe und Müllsäcke zum Müllsammeln
- Klebstoff, Draht, Schnüre zum Bauen der Skulpturen
- Tische o. Ä. für die öffentliche Ausstellung
- Kamera zum Festhalten der Müll-Skulpturen





## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### Vorbereitung:

Wenn Sie wenig Zeit für die Aktivität haben, können Sie die Teilnehmenden bitten, bereits einen Sack mit Müll, den sie in ihrem Viertel, ihrer Gemeinde, dem Stadtzentrum oder an anderen öffentlichen Orten gesammelt haben, mitzubringen, anstatt diesen gemeinsam zu sammeln.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Bitten Sie die Teilnehmenden reihum kurz etwas zu den folgenden beiden Fragen zu sagen:
  - Was versteht ihr unter Müll im Allgemeinen?
  - Was ist für euch Kunst?
- Sprechen Sie mit den Teilnehmenden darüber, wie Kunst aus Müll entstehen kann. Was fällt ihnen ein?





### **Schritt 2:**

- Um Müll für die Skulpturen zur Verfügung zu haben, bitten Sie die Teilnehmenden, hinaus zu gehen und Müll im öffentlichen Raum zu sammeln. Je nachdem wo Sie sich befinden und wie die Umgebung aussieht, können Sie die Teilnehmenden, mit Handschuhen und Müllsäcken ausgestattet, entweder in Gruppen nach draußen schicken oder alle gemeinsam losziehen lassen. Sie können die Teilnehmenden auch bereits zuvor bitten, Müll zu sammeln und mitzubringen.

### **Schritt 3:**

- Bilden Sie Gruppen und bitten Sie diese, aus dem gesammelten Müll ihre eigenen Skulpturen zu schaffen. Geben Sie ihnen dazu Materialien wie Klebeband, Draht oder Schnüre. Was sollen die Kunstwerke darstellen?
- Wenn die Gruppen fertig sind, sollen die Skulpturen ausgestellt werden. Wo würden die Teilnehmenden sie gerne aufstellen? Sie können als Ort entweder das Jugendzentrum oder vielleicht einen öffentlichen Park oder Spielplatz wählen.
- Machen Sie Fotos von den Kunstwerken.



### **REFLEXION**

- Wie haben die Menschen auf die ausgestellten Kunstwerke reagiert?
- Habt ihr eine klare Botschaft vermittelt? Haben die Menschen diese Botschaft verstanden?
- Wie ist es euch bei dem Sammeln vom Müll, den andere hinterlassen haben, ergangen?
- Seht ihr durch diese Aktivität den Müll im öffentlichen Raum jetzt mit anderen Augen?
- Was denkt ihr über den Müll, den wir mit unserem Lebensstil verursachen?
- Was sollte man ändern? Was könnt ihr ändern?
- Wie wurden all diese Dinge verwendet, bevor sie Müll wurden? Und was passiert mit ihnen, nachdem sie weggeworfen wurden?
- Wo endet der Müll, den wir verursachen?



### **TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN**

- Sie können diese Aktivität auf zwei Tage aufteilen. Widmen Sie sich den Schritten 1 und 2 am ersten Tag und gehen Sie am zweiten Tag zu Schritt 3 über.
- Zusätzlich können Sie eine Arbeitseinheit zu *zero waste* und darüber, wie man im gesamten System so viel Abfall wie möglich vermeiden kann, einbauen.





## 4.5.3 Dein Ort



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität sollen die jungen Menschen ihren Lieblingsort in der Gemeinde/Stadt entdecken und ihn für andere sichtbar machen. Die Gruppe besucht gemeinsam diese Orte und reflektiert über sie. Über QR-Codes bekommen andere junge Menschen oder Erwachsene dann (akustische, visuelle oder audio-visuelle) Informationen darüber, warum diese Orte die Lieblingsorte der Teilnehmenden sind.



### ZIELSETZUNG

Bewusstsein schaffen für:

- die Orte, die jungen Menschen in einer inklusiven, sicheren, widerstandsfähigen und nachhaltigen Gemeinde/Stadt (SDG 11) zur Verfügung stehen
- die Gleichbehandlung von jungen Frauen und Männern im öffentlichen Raum (SDG 5)
- die Ausrichtung dieser Orte auf nachhaltigen Konsum (SDG 12)



### LERNZIELE

- Probleme und Wünsche junger Menschen sichtbar machen
- Bewusstsein für die Bedürfnisse junger Menschen in Bezug auf öffentliche Plätze schaffen

- andere Generationen, ihre Bedürfnisse und ihre Nutzung von öffentlichen Plätzen besser verstehen lernen



### GRUPPENGROSSE

5 bis 25 Teilnehmende



### DAUER

6 Stunden



### MATERIALIEN

- Kameras, Mikrophone (für Videos, Fotos, Interviews)
- eine App zum Erstellen von QR-Codes, Internet-Zugang
- Flipchart-Papier, Kugelschreiber
- Computer, Drucker, Laminiergerät, Stecknadeln, Klebeband (um Inhalte zu erstellen, auszudrucken, sie wasserfest zu machen und die ausgedruckten QR-Codes anzubringen)





## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT



### Vorbereitung:

Sorgen Sie dafür, dass zumindest ein Computer mit Internet-Zugang und ein Smartphone, auf dem eine App zum Erstellen von QR-Codes heruntergeladen und verwendet werden kann, zur Verfügung stehen.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Beginnen Sie mit einer einführenden Diskussion über folgende Fragen und Themen:
  - Wo verbringt ihr gerne eure Freizeit und warum? Das können konsumfreie Zonen, Sporteinrichtungen oder ein Ort, weg von den Eltern sein.
  - An welchen Orten muss man etwas konsumieren, an welchen ist das nicht nötig?
  - Diskriminierung von Menschen an gewissen Orten
  - Grün in der Stadt
  - Gibt es sichere, inklusive und zugängliche Grünräume und öffentliche Plätze?
  - Wo halten sich junge Männer/Buben, wo halten sich junge Frauen/Mädchen auf?

#### Schritt 2:

- Die Teilnehmenden sollen hinausgehen und ihre Gemeinde/Stadt in Gruppen erkunden. Dabei sollen sie ihre Smartphones, evtl. Mikrophone, Papier und Kugelschreiber mitnehmen. Bitten Sie die Teilnehmenden, sich Notizen über ihre Lieblingssorte zu machen, dort Videos zu drehen, kurze Interviews innerhalb der Gruppe oder mit Passant\_innen zu führen und Fotos mit Bezug zu den Fragen „Warum ist dieser Ort mein Lieblingssort?“ und „Was kann ich hier tun?“ zu machen. Sie sollen also das Rohmaterial vor Ort produzieren.

#### Schritt 3:

- Bitten Sie die Gruppen auf der Grundlage des Rohmaterials Inhalte für ihre QR-Codes zu erstellen. Das können Texte, Videos, Fotos oder Interviews sein.
- Speichern Sie die fertigen Inhalte in einem gängigen Format (mp3, mp4, avi, mov, jpg) und stellen Sie die Dateien öffentlich zur Verfügung (über Dropbox oder eine Cloud).
- Bitten Sie die Teilnehmenden nun, mit der App QR-Codes für den Link zu diesem Speicherort zu erstellen.

- Die QR-Codes werden ausgedruckt und wasserfest gemacht, indem sie laminiert oder in eine Klarsichthülle gesteckt werden, die zugeklebt wird.
- Bitte Sie die Gruppen, noch einmal hinaus zu gehen und die QR-Codes an ihren Lieblingsorten anzubringen.



## REFLEXION

- Was gibt es bzw. was fehlt eurer Meinung nach in eurer näheren Umgebung oder eurer Gemeinde/Stadt?
- Welche Orte sind gut für euch und warum?



## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

- Sie können gemeinsam einen Orts-/Stadtplan entwerfen, auf dem die Lieblingsorte der jungen Menschen mit QR-Codes eingezeichnet sind. Diesen Plan können Sie als Flyer oder Plakat ausdrucken und austeilten oder in Großformat an einem öffentlichen Ort aushängen.
- Möglicherweise brauchen manche Gruppen Hilfe beim Erstellen von Videos und Interviews. In diesem Fall sollten Sie sie zu ihren Lieblingsorten begleiten.



picture credit: [www.freepik.com](http://www.freepik.com)



# Quellenangaben

- <sup>1</sup> Duden (o.J.) Sexismus, der, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Sexismus> [2020-06-09]; Bernd Six (o.J.) Sexismus, <https://portal.hogrefe.com/dorsch/sexismus/> [2020-06-09].
- <sup>2</sup> Duden (o.J.) Fotografie, Fotografie, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Fotografie> [2020-06-09].
- <sup>3</sup> Dochas (2020) The Dóchas Code of Conduct on Images and Messages, <https://dochas.ie/images-and-messages> [2020-06-09].
- <sup>4</sup> Dochas (2020) The Dóchas Code of Conduct on Images and Messages, <https://dochas.ie/images-and-messages> [2020-06-09].
- <sup>5</sup> TED (2009) The danger of a single story, [https://www.ted.com/talks/chimamanda\\_adichie\\_the\\_danger\\_of\\_a\\_single\\_story](https://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story) [2020-06-09].
- <sup>6</sup> Duden (o.J.) Film, der, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Film> [2020-06-09].
- <sup>7</sup> Duden (o.J.) Superheld, der, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Superheld> [2020-06-09]; Duden (o.J.) Held, der, [https://www.duden.de/rechtschreibung/Held\\_Held\\_Recke#Bedeutung-1b](https://www.duden.de/rechtschreibung/Held_Held_Recke#Bedeutung-1b) [2020-06-09].
- <sup>8</sup> Broadband Commission for sustainable Development (2015) Cyber Violence against Women and Girls: A world-wide wake-up call, <https://www.broadbandcommission.org/publications/Pages/bb-and-gender-2015.aspx> [2020-06-09].
- <sup>9</sup> Reset (2014) Digitaler Aktivismus, <https://reset.org/knowledge/digitaler-aktivismus> [2020-06-09].
- <sup>10</sup> Anna Rees (2020) Digital and online activism, <https://en.reset.org/knowledge/digital-and-online-activism> [2020-06-09].
- <sup>11</sup> Leil-Zahra Mortada, Rose Regina Lawrence & Marek Tuszyński (o.J.) Activism on Social Media: A Curated Guide, [https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/23\\_guide\\_social\\_media/](https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/23_guide_social_media/) [2020-06-09] und Manal Al-Sharif (2018) The dangers of Digital Activism, <https://www.nytimes.com/2018/09/16/opinion/politics/the-dangers-of-digital-activism.html> [2020-06-09].
- <sup>12</sup> Darij Zadnikar (2009) Bush – Putin, <https://flic.kr/p/6yF2RC> [2020-06-09] Weitere Informationen zur Lizenz (CC BY 2.0) unter dem Link.
- <sup>13</sup> Griffin Boyce (2012) IASC 2012, <https://flic.kr/p/djmpEL> [2020-06-09] Weitere Informationen zur Lizenz (CC BY 2.0) unter dem Link.
- <sup>14</sup> Antonio Bonanno (2006) Activism, <https://flic.kr/p/Nn3Vu> [2020-06-09] Weitere Informationen zur Lizenz (CC BY-SA 2.0) unter dem Link.
- <sup>15</sup> Darij Zadnikar (2003) Blokada ministrov EU, <https://flic.kr/p/6yDa75> [2020-06-09] Weitere Informationen zur Lizenz (CC BY 2.0) unter dem Link.
- <sup>16</sup> Felipe Tofani (2013) if online activism changed anything, it would be forbidden, <https://flic.kr/p/dRio3S> [2020-06-09] Weitere Informationen zur Lizenz (CC BY-SA 2.0) unter dem Link.
- <sup>17</sup> Fibonacci Blue (2013) Protester calls for boycott of Petland, <https://flic.kr/p/fsqyZn> [2020-06-09] Weitere Informationen zur Lizenz (CC BY 2.0) unter dem Link..
- <sup>18</sup> Master Steve Rapport (2017) International Women's Day, <https://flic.kr/p/RxrQac> [2020-06-09] Weitere Informationen zur Lizenz (CC BY 2.0) unter dem Link.
- <sup>19</sup> Fibonacci Blue (2012) Chalk message supporting Russian punk band Pussy Riot, <https://flic.kr/p/cTHnfi> [2020-06-09] Weitere Informationen zur Lizenz (CC BY 2.0) unter dem Link.
- <sup>20</sup> Fibonacci Blue (2012) Chalk message supporting Russian punk band Pussy Riot, <https://flic.kr/p/cTHnfi> [2020-06-09] Weitere Informationen zur Lizenz (CC BY 2.0) unter dem Link.
- <sup>21</sup> RubyGoes (2013) PLEASE SIGN PETITION TO END CHILD ABUSE, <https://flic.kr/p/ejQgn2> [2020-06-09] Weitere Informationen zur Lizenz (CC BY 2.0) unter dem Link.
- <sup>22</sup> Bei den „Tagen der Vielfalt“ schreibt der slowenische Bildungsminister sein Versprechen auf, Ljubljana, 2012.
- <sup>23</sup> Wikipedia (2020) Urban Art, [https://de.wikipedia.org/wiki/Urban\\_Art](https://de.wikipedia.org/wiki/Urban_Art) [2020-06-09].
- <sup>24</sup> Wikipedia (2020) Street Art, [https://en.wikipedia.org/wiki/Street\\_art](https://en.wikipedia.org/wiki/Street_art) [2020-06-09].
- <sup>25</sup> Wikipedia (2020) Tape Art, [https://en.wikipedia.org/wiki/Tape\\_Art](https://en.wikipedia.org/wiki/Tape_Art) [2020-06-09].
- <sup>26</sup> Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG (2012) Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte. Ideenbörse Kunst Sekundarstufe, [https://www.edidact.de/downloadable/download/sample/sample\\_id/3520/](https://www.edidact.de/downloadable/download/sample/sample_id/3520/) [2020-06-09].



# 5 GO POP: AKTIV WERDEN

*Aga Byrczek*



„Ein Ziel ohne Plan ist nur ein Wunsch“ hat Antoine de Saint-Exupéry einmal gesagt. Globales Lernen, das nicht zum Handeln führt, ist nur ein Zeitvertreib. Das Endergebnis des Globalen Lernens ist eine Änderung des Verhaltens und ein Empowerment zum Handeln. Globales Lernen ist ein Prozess, in dem die Lernenden mehr Informationen bekommen, sich globaler Probleme bewusst werden, ihre Fähigkeiten und Haltung weiterentwickeln und ein tieferes Verständnis des Zusammenhangs zwischen ihnen selbst und den globalen Herausforderungen erlangen. Sie beginnen zu begreifen, welche Verbindung zwischen ihren lokalen Gemeinden, ihnen selbst, dem was sie tun und der globalen Welt besteht. Aber sind das allein die Kernelemente des Globalen Lernens? Warum wollen wir, dass die Lernenden mehr Informationen haben? Warum sollen sie mehr über ihre Verbindung mit globalen Problemen erfahren? Worum geht es am Ende des Tages?

Das Konzept des Globalen Lernens wurde parallel zum Globalisierungsprozess entwickelt, als das Gefälle zwischen dem globalen Norden und dem globalen Süden immer mehr Menschen bewusst wurde. Man erkannte, dass die Zusammenarbeit aller Mitglieder der globalen Gemeinschaft notwendig war, um globale Probleme zu lösen. Das ist der Grund, warum das oberste Ziel des Globalen Lernens das Empowerment der Weltbürger\_innen ist. Sie sollen zum Handeln motiviert werden, sodass immer mehr Menschen sensibilisiert werden und immer mehr Menschen selbst einen Beitrag leisten wollen, um gegen Ungerechtigkeit und für eine nachhaltige Entwicklung unseres Planeten einzutreten.

In diesem Kapitel wollen wir Sie dabei unterstützen, im Rahmen der Bildungsaktivitäten zum Handeln anzuregen. Wir stützen uns dabei auf die grundlegende Struktur der *6 steps to Global Citizenship* (auch als *Get Global!*-Prozess bekannt), die von einem Zusammenschluss mehrerer, im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit und des Globalen Lernens tätiger internationaler Organisationen erstellt wurde.<sup>1</sup> Dieser Rahmen soll den Lernenden dabei helfen, ihren Wissenserwerb zu strukturieren. Er soll sie dazu anleiten, vom Nachdenken über ein Problem, das ihnen wichtig ist, dazu überzugehen, Aktionen zu planen und an solchen teilzunehmen sowie über ihre eigene Rolle und das Ergebnis ihres Handelns zu reflektieren. Die 6 Schritte des Rahmens sind:

- *Schritt 1: Get asking questions!* – Die Lernenden werden dazu angeregt, sich über ihr Verständnis von Weltbürger\_innenschaft und die damit verbundenen Werte und Haltungen Gedanken zu machen. Bei diesem Schritt werden die Standpunkte der Lernenden gesammelt und notiert. Diese Aktivitäten können im Laufe der nächsten Schritte wiederholt werden.
- *Schritt 2: Get an issue!* – Die Lernenden werden dazu angeregt, wichtige Probleme zu erkennen, die ihr Leben beeinflussen. Sie werden dabei unterstützt, diese Probleme in einem lokalen und globalen Kontext zu betrachten und eines auszuwählen, bei dem sie aktiv werden wollen, um eine Verbesserung der Situation zu erwirken.
- *Schritt 3: Get more information!* – Die Lernenden werden dazu angeregt, mehr über das gewählte Problem in Erfahrung zu bringen. Sie bekommen die Möglichkeit, sich eingehend mit einem Problem auseinanderzusetzen und herauszufinden, wie es Mensch und Natur auf lokaler und globaler Ebene

beeinflusst.

- *Schritt 4: Get planning!* – Die Lernenden werden dazu angeregt, zu entscheiden, welche Handlungen sie setzen wollen und wie sie diese umsetzen können. Sie werden dabei unterstützt, einzuschätzen, ob ihre Ideen realisierbar sind und was deren Umsetzung in der Praxis bedeutet.
- *Schritt 5: Get active!* – Die Lernenden werden dazu angeregt, aktiv zu werden.
- *Schritt 6: Get thinking about it!* – Die Lernenden werden zur Reflexion über den Get Global!-Prozess angeregt. Sie werden dazu ermutigt, zu überlegen, was sie gelernt und erreicht haben und was sie beim nächsten Mal anders machen würden.

Die ersten beiden Schritte können durch die Aktivitäten, die in den vorangehenden Kapiteln dieses Methodenhandbuchs vorgestellt wurden, abgedeckt werden. Durch diese Aktivitäten lernen die Teilnehmenden die Verflechtungen unserer globalisierten Welt besser verstehen und werden sich darüber bewusst, mit welchen Themen sie sich intensiver beschäftigen wollen. In diesem Kapitel stellen wir Ihnen einige Methoden vor, die Sie während der Vorbereitungsphase der Aktionen verwenden können, von der Recherche zum gewählten Problem, über das Finden möglicher Lösungen, bis hin zum Planen der Aktionen.



# 5.1 Worum soll es gehen: Schneeball



## EINLEITUNG

Diese Aktivität ist sehr einfach und kurz. Sie soll der Gruppe dabei helfen, gemeinsam zu entscheiden, zu welchem Problem sie arbeiten und Aktionen setzen will.



## LERNZIELE

- Argumente vorbringen
- Entscheidungen einvernehmlich treffen lernen



## ZIELSETZUNG

Bei dieser Aktivität werden die Teilnehmenden bei der Auswahl eines Problems unterstützt.



## GRUPPENGROSSE

8 bis 30 Teilnehmende



## DAUER

20 bis 30 Minuten



## BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

### Vorbereitung:

Erklären Sie den Teilnehmenden, dass sie im Rahmen dieser Aktivität eine Entscheidung darüber treffen sollen, mit welchen Problemen sie sich weiter beschäftigen und bei welchem Thema sie aktiv werden wollen.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Bilden Sie Zweiergruppen und bitten Sie die Teilnehmenden darüber zu diskutieren, welches das wichtigste Problem in ihrem lokalen Umfeld ist und warum. Wenn sie sich geeinigt haben, sollen sie das Problem auf einem Blatt Papier notieren.

#### Schritt 2:

- Jetzt werden neue Gruppen gebildet. Jeweils zwei Zweiergruppen kommen zu einer neuen Gruppe zusammen. Die Teams präsentieren einander das Ergebnis ihrer vorherigen Diskussion. Danach entscheiden alle gemeinsam, welches das drängendere Problem für die gesamte Gruppe ist. Durch Zusammenlegen zweier Gruppen werden immer neue, größere Gruppen gebildet, bis es am Ende nur mehr zwei Gruppen mit jeweils zwei Themen gibt.

### Schritt 3:

- Die beiden Gruppen sollen sich für je ein Problem entscheiden und es auf ein großes Blatt Papier schreiben, sodass es alle sehen können. Geben Sie den Teilnehmenden ausreichend Zeit, sich für eines der beiden Probleme zu entscheiden, ihre Wahl zu begründen und wenn nötig Fragen zu stellen.



### REFLEXION

- Was denkt ihr über das gewählte Problem?
- Warum ist eurer Meinung nach genau dieses Problem übrig geblieben?
- Was braucht ihr noch, um bei diesem Problem aktiv zu werden?



### TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

- Je größer die Gruppe ist, desto länger dauert diese Aktivität.
- Wenn das Zeitmanagement schwierig ist und Ihre Gruppe gerne und viel diskutiert, kann es sinnvoll sein, die Zeit pro Runde einzuschränken und mit einem Signalton das Ende der jeweiligen Runde anzukündigen.



## 5.2 Frag Instagram



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität sollen die Teilnehmenden das gewählte Problem besser verstehen lernen. Durch die Verwendung von Instagram entdecken sie verschiedene Sichtweisen auf das Thema und erfahren mehr über dessen Ursachen und mögliche Folgen. Außerdem können sie über Instagram mit Menschen außerhalb der Gruppe in Kontakt treten und sich mit ihnen vernetzen. Das ist eine wichtige Basis, um später konkrete Aktionen in der Gemeinde/Stadt umzusetzen.



### ZIELSETZUNG

Die Teilnehmenden sollen über die Ursachen der Probleme, die sie für ihre Aktionen gewählt haben, nachdenken.



### LERNZIELE

- soziale Medien zum aktiven Handeln nützen lernen
- kritisches Denken fördern



### GRUPPENGROSSE

5 bis 35 Teilnehmende



### DAUER

60 Minuten



### MATERIALIEN

- Smartphones mit Zugang zu Instagram-Accounts
- Internet-Verbindung
- Flipchart-Papier
- Filzstifte



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Erklären Sie den Teilnehmenden, dass sie in dieser Aktivität weiter an ihrem gewählten Thema bzw. dem Problem, bei dem sie aktiv werden wollen, arbeiten werden. Gemeinsam mit ihren Freund\_innen sollen sie offline und online versuchen, verschiedene Sichtweisen auf dieses Problem kennenzulernen und herauszufinden, warum es besteht. Das soll ihnen dabei helfen, ihre Aktionen zu planen. Für diese Aktivität sollte am besten jede\_r Teilnehmende ein Smartphone mit Zugang zu einem Instagram-Account haben. Ansonsten können die Teilnehmenden auch in Zweiergruppen arbeiten.



## Ablauf:

### Schritt 1:

- In Schritt 1 sollte jede\_r Teilnehmende alleine arbeiten. Bitten Sie die Teilnehmenden, mit ihren Smartphones eine Instagram-Story zu erstellen, in der sie die Frage stellen, warum das gewählte Problem auftritt, zum Beispiel: Warum werden Mädchen und Buben nicht gleich behandelt? Warum liegt in meiner Stadt so viel Müll herum? Schlagen Sie ihnen vor, dass sie Tags für ihre Freunde\_innen und Hashtags wie **#GEGL** und **#GlobalEducationGoesPop** verwenden, damit ihre Stories gefunden werden können.

### Schritt 2:

- Bitten Sie die Teilnehmenden nun, sich mit den Themen der anderen zu beschäftigen, indem sie deren Stories suchen und die gestellten Fragen beantworten. Damit die Aktivität ihren Zweck erfüllt, sollte jede\_r Teilnehmende die meisten oder alle Fragen der anderen (je nach Gruppengröße) beantworten.

### Schritt 3:

- Bilden Sie Gruppen mit fünf bis sechs Mitgliedern und zwar so, dass möglichst Teilnehmende mit ähnlichen oder gleichen Themen in einer Gruppe sind. Die Teilnehmenden sollen in der Gruppe besprechen, was sie über ihre Themen herausgefunden haben und gemeinsam ein Plakat zu den Hauptursachen des gewählten Problems gestalten und dabei die Frage beantworten: Warum tritt dieses Problem auf?



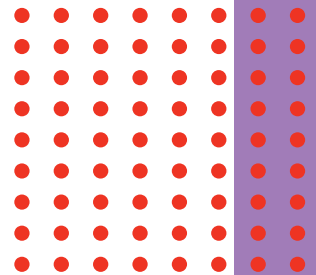
## REFLEXION

- Gibt es etwas, was euch bei den Antworten überrascht hat? Wenn ja, was?
- Was haltet ihr davon, das Brainstorming zu den Ursachen und Folgen des Problems öffentlich in den sozialen Medien zu machen? Was sind die positiven und negativen Seiten?
- Was braucht ihr eurer Meinung nach noch, um euer gewähltes Problem richtig beurteilen zu können?
- Habt ihr vor, in den nächsten 24 Stunden bei eurer Instagram-Story weiterzumachen?



## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

- Für das Erstellen der Instagram-Story können Sie die App *Canva* (<https://www.canva.com>) vorschlagen. Dort gibt es die Möglichkeit, verschiedene Designs zu erstellen. Dies könnte für Teilnehmende hilfreich sein, die noch wenig Erfahrung mit Instagram-Stories haben.





- Wenn noch Zeit bleibt, können Sie für die Instagram-Stories weitere Fragen vorschlagen, die sich mit möglichen Lösungen beschäftigen und andere Perspektiven einbringen:
  - Was kann ich tun, um diese Situation zu ändern?
  - Wie könnte dieses Problem noch schlimmer werden? (So regen Sie zum Nachdenken über die möglichen negativen Folgen des Problems an.)
  - Was würde XY (nennen Sie eine den Teilnehmenden bekannte Person) gegen dieses Problem tun / welche Lösung würde XY vorschlagen?
  - Wie stellt ihr euch die Situation in fünf Jahren vor?
- Erinnern Sie die Teilnehmenden daran, dass man auf Instagram nur kurze Antworten auf diese oft schwierigen Fragen geben sollte.
- Bevor Sie mit dieser Aktivität beginnen, sollten Sie sich ansehen, welche Funktionalitäten Instagram gerade anbietet, da es sein kann, dass seit der Publikation dieses Methodenhandbuchs Änderungen an der Funktionsweise vorgenommen wurden.



## 5.3 Zines zur Problemlösung



### EINLEITUNG

Zines sind Magazine, die von Amateur\_innen für eine Subkultur von Interessierten zu einem bestimmten Thema produziert werden. Bei dieser Aktivität wollen wir uns mit den Teilnehmenden verschiedene Lösungen für die gewählten Probleme ansehen und diese in *Zines* veröffentlichen.



### ZIELSETZUNG

Die Teilnehmenden sollen dabei unterstützt werden, Lösungen für die betrachteten Herausforderungen zu finden, indem sie kreative Ausdrucksformen wie *Zines* verwenden.



### LERNZIELE

- kritisches Denken entwickeln



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Bereiten Sie eine kurze Einführung vor (siehe Infobox [Seite 128](#)), in der Sie *Zines* vorstellen und besprechen, welche Philosophie dahintersteht, wie *Zines* sich entwickelt haben und wie sie verbreitet werden. Erklären Sie den Teilnehmenden, dass sie im Rahmen dieser Aktivität verschiedenste Lösungen für das gewählte Problem suchen sollen.

- eine kreative Ausdrucksform erkunden, um Lösungen für verschiedene Herausforderungen zu finden



### GRUPPENGROSSE

4 bis 30 Teilnehmende



### DAUER

2 Stunden



### MATERIALIEN

- Beispiele von *Zines* oder Fotos davon als Anschauungsmaterial. Fotos von *Zines* finden Sie im Anschluss an die Übung
- Material zum Zeichnen, Malen, Schneiden, Kleben
- alte Zeitungen und Zeitschriften



## Infobox: Zines

*Zines* geben „normalen“ Menschen eine Stimme. Die grundlegende Idee ist, dass sich jemand hinsetzt und über ein Thema, das ihr\_ihm am Herzen liegt, etwas schreibt, zeichnet oder Material darüber sammelt oder bearbeitet – und das Ergebnis dann selbst publiziert und verbreitet. Dieser Prozess ist direkt und unterliegt immer der absoluten Kontrolle des\_der Verfassers\_in. Die Tatsache, dass es keine Einmischung von außen gibt, ist wohl das auffallendste Merkmal von *Zines*. Es gibt keinerlei Kontrolle von oben, keine Zensur, keine Überwachung oder Manipulation.

*Zines* sind für gewöhnlich Eigenpublikationen und zur Vervielfältigung wird ein einfacher Kopierer verwendet. Sie basieren auf dem Ideal, dass eine Gruppe von Menschen demokratisch und partizipatorisch die Möglichkeit haben soll, sich mit anderen über ein Thema, das sie berührt, austauschen zu können. Das Ziel ist die Einbindung aller und die Wertschätzung verschiedener Meinungen und Werte, nicht nur derer, die dominant sind. Damit positionieren sie sich gegen eine Beurteilung der Wertigkeit, die auf Kriterien wie Alter, Wohlstand, politischem Status oder kulturellem Kapital beruht.

### Ablauf:

#### Schritt 1:

- Bilden Sie Gruppen, die sich nach dem Thema richten, zu dem die Teilnehmenden arbeiten wollen. Jede Gruppe erstellt ein *Zine*, es gibt also ein *Zine* pro Problem. Die Gruppen können auch größer sein und bis zu zehn Mitglieder haben.

#### Schritt 2:

- Bitten Sie die einzelnen Gruppen ein Brainstorming zu den möglichen Lösungen für ihr Problem zu machen. Sie sollen alle Lösungen, die ihnen einfallen, notieren.

#### Schritt 3:

- Bitten Sie die Gruppen nun, die Lösungen, die sie gefunden haben, in einem *Zine* vorzustellen. Dabei sollen sie sich einzeln oder in Zweiergruppen je einer Lösung widmen. Jede Lösung soll nur einmal behandelt werden.
- Jede\_r Teilnehmende bzw. jede Zweiergruppe gestaltet eine Seite des *Zine* mit einer ausführlichen Beschreibung der Lösung. Die Gruppe nimmt dann alle Seiten zusammen, um die endgültige Fassung ihres *Zine* zu erstellen.
- Am Schluss werden alle Arbeiten auf einem gemeinsamen Tisch ausgestellt, sodass die Teilnehmenden umhergehen und sich die vorgeschlagenen Lösungen ansehen können.



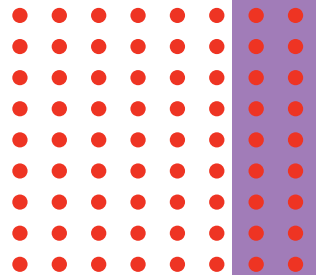
## REFLEXION

- Ist es euch schwer gefallen, euch ein *Zine* zu eurem Problem auszudenken? Wenn ja, was war schwierig daran?
- War es schwierig, sich in der Gruppe zu einigen, wie das *Zine* aussehen soll?
- Ist es euch leicht gefallen, den Plan umzusetzen?
- Sind *Zines* eurer Meinung nach eine gute Möglichkeit, um auf ein Problem aufmerksam zu machen? Warum / Warum nicht?



## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

- Sie können zuvor erstellte *Zines* zur Problemlösung als Inspiration für die Gruppe mitbringen.
- Sie können den Teilnehmenden vorschlagen, weiter in die Tiefe zu gehen, indem sie sich die Folgen ihrer vorgeschlagenen Lösung ansehen und Fakten dazu recherchieren.
- Wenn sie ausreichend Zeit haben, kann eine Person pro Gruppe auch mehrere Seiten des *Zine* gestalten.
- Wir empfehlen Ihnen, die *Zines* zur Problemlösung in irgendeiner Form öffentlich zu machen. Sie können sie zum Beispiel kopieren und den Teilnehmenden austeilen, sie an Schulen oder Universitäten verteilen oder sie auf sozialen Medien veröffentlichen.



Picture credit: Designed by pikisuperstar [www.freepik.com](http://www.freepik.com)

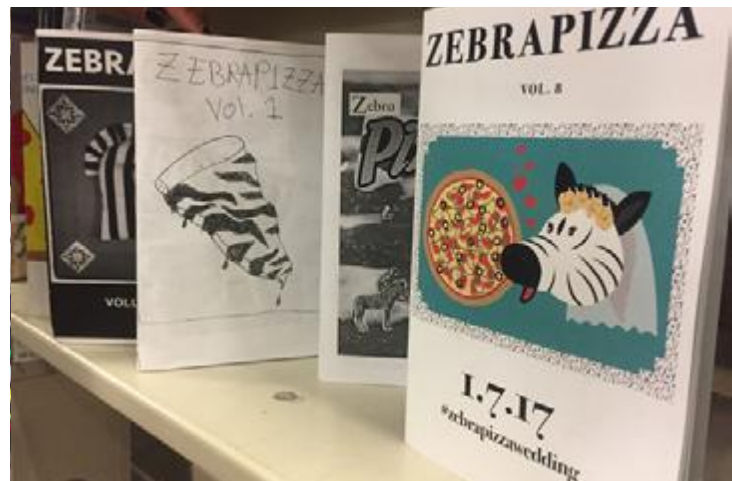
# Fotos von Zines



©Liz Henryend²



©Gabriela Bazan

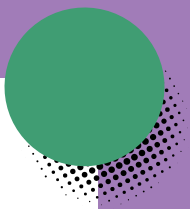


©Pizzajono³



©Gabriela Bazan





## 5.4 Treffen der Staatsoberhäupter



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität simulieren wir ein Treffen der Staatsoberhäupter der Welt, bei dem die Teilnehmenden ihre möglichen Lösungen für das Problem auf der Tagesordnung vorstellen können und dann gemeinsam entscheiden, welche Lösung sie umsetzen wollen.



### ZIELSETZUNG

Die Teilnehmenden sollen dabei unterstützt werden, Lösungen für bestehende Probleme zu finden.



### LERNZIELE

- Diskussionskompetenz entwickeln
- Sprechen in der Öffentlichkeit üben



### GRUPPENGROSSE

12 bis 30 Teilnehmende



### DAUER

90 Minuten



### PLATZBEDARF

ein Raum, der für eine Versamm-



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Erklären Sie den Teilnehmenden, dass sie bei dieser Aktivität an der Simulation eines Treffens der Staatsoberhäupter der Welt teilnehmen werden, bei der sie entscheiden sollen, welche Lösungen sie umsetzen wollen, um das Problem auf der Tagesordnung (eines der zuvor gewählten) zu lösen.

#### Ablauf:

##### Schritt 1:

- Wählen Sie eine Person aus, die den Vorsitz der Versammlung führt. Bilden Sie zumindest vier Gruppen
- Jede Gruppe bekommt zehn Minuten Zeit, um an der Präsentation einer Lösung zu arbeiten, bei der deren Vor- und Nachteile analysiert werden.





### **Schritt 2:**

- Während die Gruppen an ihren Präsentationen arbeiten, können Sie den\_die Vorsitzende\_n auf seine\_ihre Rolle vorbereiten. Der\_Die Vorsitzende soll den Prozess leiten, der zu einer endgültigen Entscheidung darüber führen soll, welche Lösung umgesetzt wird. Er\_Sie soll gewährleisten, dass die Entscheidungsfindung respektvoll und demokratisch abläuft.

### **Schritt 3:**

- Halten Sie mit den Teilnehmenden die Versammlung ab. Zunächst stellt jede Gruppe ihre jeweilige Lösung vor. Danach beginnt die Diskussion unter den Staatsoberhäuptern.
- Am Ende der Versammlung wird darüber abgestimmt, welche Lösung die Teilnehmenden umsetzen wollen.



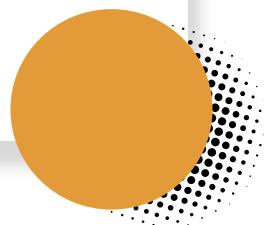
### **REFLEXION**

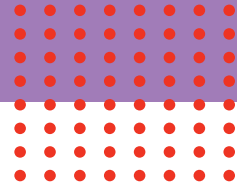
- Wie geht es euch nach dieser Aktivität?
- Was haltet ihr vom Entscheidungsfindungsprozess?
- Hattet ihr genügend Informationen, um die Entscheidung zu treffen? Was hat euch bei der Entscheidung geholfen?
- Seid ihr mit dem Ergebnis des Prozesses zufrieden?



### **TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN**

Wenn Sie diese Aktivität an einer Schule durchführen, können Sie sie auf den Schulkontext anpassen, indem Sie für das gewählte Problem ein Entscheidungsgremium der Schule oder ein anderes, das die Teilnehmenden gut kennen, heranziehen.





## 5.5 Inklusive Plakate



### EINLEITUNG

Bei dieser Aktivität soll mit den Teilnehmenden erarbeitet werden, wie man eines der wichtigsten Elemente jeglicher Aktion, die Kommunikationskampagne, entwickelt.



### ZIELSETZUNG

Es soll Bewusstsein für die Wichtigkeit von inklusiver Kommunikation geschaffen werden.



### LERNZIELE

- versteckte Botschaften in unterschiedlichen Kommunikationskampagnen kritisch hinterfragen
- mit den Teilnehmenden erarbeiten, wie sie ihre eigenen Kommunikationskampagnen



### BESCHREIBUNG DER AKTIVITÄT

#### Vorbereitung:

Erklären Sie den Teilnehmenden, dass sie bei dieser Aktivität Plakate gestalten werden, um in ihrem sozialen Umfeld globale Themen zu vermitteln. Sie werden dazu in Gruppen jeweils zu einem bestimmten Thema arbeiten. Das Ziel dieser Aktivität ist, darüber nachzudenken, wie man richtig nach außen kommuniziert und wie man dabei die Verhaltensgrundsätze des *Code of Conduct on Images and Messages* einhält.

gestalten können, ohne negative Botschaften zu senden



### GRUPPENGROSSE

10 bis 30 Teilnehmende



### DAUER

90 Minuten



### PLATZBEDARF

- Zeichenmaterial
- Bilder und/oder alte Zeitungen
- Filzstifte
- Flipchart-Papier
- Beamer und Computer mit Internet-Zugang oder zuvor heruntergeladenes Material
- pro Gruppe einen ausgedruckten [Bewertungsbogen für die Plakate](#)



## Ablauf:

### Schritt 1:

- Verwenden Sie für die Einführung das von der Sensibilisierungskampagne RADI-AID erstellte Video und die Checkliste für das Posten auf Sozialen Medien, das auf dem *Code of Conduct on Images and Messages* (siehe [Kapitel 4.2.4](#)) basiert: <https://www.radiaid.com/social-media-guide/>.
- Fragen Sie die Teilnehmenden, was man ihrer Meinung nach sonst noch beachten muss, wenn man eine Kommunikationskampagne plant. Notieren Sie die Antworten auf dem Flipchart.
- Wenn die Teilnehmenden Schwierigkeiten haben, verschiedene Elemente zu nennen, können Sie ihnen folgende Anregungen geben: geschlechtsneutrale Sprache, Vorsicht mit Stereotypen und vor allem Vorurteilen (Definition siehe [Seite 23](#)), Transparenz in der Informationsweitergabe, Quelle der Information, konstruktive Formulierungen.

### Schritt 2:

- Bilden Sie Gruppen und ordnen sie ihnen verschiedene Probleme aus ihrem lokalen Kontext zu. Bitten Sie die Teilnehmenden, kreative Plakate zu diesen Themen zu gestalten.
- Verteilen Sie die fertigen Plakate so, dass jede Gruppe ein anderes Plakat als das eigene bekommt. Die Teilnehmenden sollen mithilfe des *Bewertungsbogens für die Plakate* das, was sie sehen, beurteilen.

### Schritt 3:

- Geben Sie die Plakate und die dazugehörigen Bewertungsbögen wieder an die Gruppen zurück, die die Plakate erstellt haben.



## REFLEXION

- War es für euch einfach oder schwierig, die Plakate zu gestalten?
  - Wie ist es euch beim Bewerten der Plakate ergangen?
  - Was waren die Dinge, die für euch am schwierigsten waren und warum?
  - Denkt ihr normalerweise über versteckte Botschaften in der Kommunikation nach? Warum (nicht)?
  - Habt ihr irgendeine Art von versteckten, negativen Botschaften in den Plakaten finden können? Wenn ja, welche?
  - Fallen euch Beispiele für die Auswirkung solcher versteckter Botschaften in der Kommunikation aus eurem täglichen Leben ein?
  - An welche Empfehlungen sollten wir uns beim Planen von Aktionen halten?
- 



## TIPPS FÜR DIE DURCHFÜHRUNG UND ANPASSUNGSMÖGLICHKEITEN

Für das Gestalten der Plakate können die Teilnehmenden zeichnen, eine Collage machen (dazu könnten Sie vorab Bilder/Fotos ausdrucken, vielleicht auch welche, die nicht dem Verhaltenskodex entsprechen) oder sie können ein Online-Design-Tool verwenden. Im Folgenden wollen wir einige mögliche Szenarien vorstellen, die Sie für die Gestaltung der Plakate heranziehen können. Unabhängig davon, welches Sie wählen, ist es empfehlenswert, Bilder einzubeziehen, damit Sie sich bei der Besprechung der Plakate auf den *Code of Conduct on Images and Messages* beziehen können.

### Szenarien

**Szenario 1:** Die Organisation, der ihr angehört, möchte Bewusstsein für Geschlechterungleichheit in eurer Gemeinde/Stadt schaffen. Es gibt viele Fälle von Ungleichheit, auf die ihr die Bevölkerung aufmerksam machen wollt. Der Auslöser für die Aktion ist aber ein konkreter Fall: Von einem\_r Freund\_in habt ihr erfahren, dass es in einer Bar in der Gemeinde/Stadt die interne Vorgabe gibt, nur Männer anzustellen, damit mehr Frauen in die Bar kommen.

**Szenario 2:** In eurer Gemeinde/Stadt gibt es ein großes Müllproblem. Es ist überall schmutzig. Man hat den Eindruck, dass die Menschen einfach alles auf die Straße werfen, was sie nicht mehr brauchen. Ihr möchtet eine Kommunikationsstrategie entwickeln, um dieses Problem zu lösen.

**Szenario 3:** Ihr organisiert Freiwilligenaktivitäten in Ghana und sucht dafür Mitwirkende. Wie würdet ihr junge Menschen dazu motivieren, mitzumachen?



picture credit: designed by slidesgo / Freepik

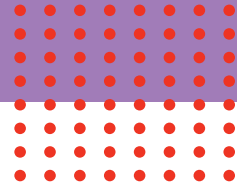


# Bewertungsbogen für die Plakate:

1. Welche Gefühle weckt dieses Plakat bei euch?  
\_\_\_\_\_
2. Sind die Formulierungen auf diesem Plakat so gewählt, dass sich jede\_r angesprochen fühlt?  
\_\_\_\_\_
3. Fallen euch Stereotypen auf diesem Plakat auf?  
\_\_\_\_\_
4. Welche Wirkung kann dieses Plakat erzielen?  
\_\_\_\_\_

| EBENE/WIRKUNG                                            | POSITIVE WIRKUNG | NEGATIVE WIRKUNG |
|----------------------------------------------------------|------------------|------------------|
| Person(en), die für die Kommunikation zuständig ist/sind |                  |                  |
| Institution, die hinter der Kampagne steht               |                  |                  |
| lokale Bevölkerung                                       |                  |                  |
| Umwelt                                                   |                  |                  |
| Interessenträger_innen                                   |                  |                  |





## 5.6 Beispiele von Aktionen

Im Folgenden wollen wir Ihnen vier Beispiele von Aktionen vorstellen, die wir als Partnerorganisationen des Projekts „Global Education Goes Local“ in einigen teilnehmenden Gemeinden umgesetzt haben.

### 5.6.1 Onlinespiele am Wochenende, Mazarrón (Spanien)

|                           |                                      |
|---------------------------|--------------------------------------|
| Datum:                    | 15. und 16. Dezember 2018            |
| Organisiert von:          | Stadtratsamt für Jugend von Mazarrón |
| Zu den SDGs:              | 5, 11                                |
| Anzahl der Teilnehmenden: | mehr als 100                         |

#### Der Hintergrund der Aktion

Das Stadtratsamt für Jugend von Mazarrón beschloss, Onlinespiele am Wochenende zu organisieren, da sich die jungen Menschen der Gemeinde vor allem diese Art von Veranstaltung wünschten. In den Jahren zuvor war eine Umfrage in Schulen (Sekundarstufe I und II) darüber durchgeführt worden, welches Angebot an Freizeitaktivitäten junge Menschen gerne haben würden. Die häufigste Antwort waren Onlinespiele. Außerdem stellte das Stadtratsamt fest, dass der Umgang der jungen Menschen mit Videospielen problematisch ist: Sie verbringen sehr viel Zeit vor dem Computer und spielen zumeist gewalttätige und auf Wettbewerb ausgerichtete Spiele, die Werte wie Toleranz oder Respekt missachten. Dadurch wird ihnen beigebracht, respektlos gegenüber anderen und ihrer Umwelt zu sein und sie werden abgestumpft gegenüber Gewalt. Sie lernen nicht, kritisch zu denken und sind selbst nicht in der Lage, zu entscheiden, welche Spiele gut für sie sind und welche ihnen schaden.

#### Die Aktion

Die Veranstaltung wurde genau geplant: Das Stadtratsamt für Jugend wollte ein attraktives Angebot für junge Menschen schaffen und gleichzeitig Bildungswshops abhalten, bei denen über die Aktivität reflektiert werden sollte.

Dabei war vor allem die Wahl des Ortes wesentlich. Die Veranstaltung fand im Sportzentrum statt, wo viele junge Menschen hinkommen, um Sport zu betreiben, ein Ort der ihnen also bekannt und vertraut ist. Außerdem gab es dort einen großen Raum, in dem die Veranstalter\_innen über 100 Menschen versammeln konnten. Darüber hinaus verfügt das Zentrum über zahlreiche kleinere Räume, wo die Workshops stattfinden konnten.

Bei der Vorbereitung der Workshops wandte sich das Stadtratsamt an Experten\_innen, die einerseits mit der Thematik vertraut sind und andererseits partizipativ arbeiten, um für die jungen Menschen eine Lernerfahrung zu ermög-



lichen, die gleichzeitig Spaß macht.

Die Aktivität fand an zwei ganzen Tagen, Samstag und Sonntag, statt. Um die jungen Menschen zum Teilnehmen und Bleiben zu motivieren, wurde Folgendes angeboten:

- Die jungen Menschen hatten die Möglichkeit, die Basketball- und Volleyballplätze zu nutzen, um Wartezeiten zwischen den Spielen zu überbrücken.
- Parallel zu den Onlinespielen fanden zwei unterschiedliche Workshops statt. Beim ersten Workshop ging es um Stereotype in der Werbung, Sexismus in Marketing und Werbung sowie Konsumismus vs. verantwortungsvoller Konsum. Beim zweiten Workshop beschäftigte man sich mit den verschiedenen Gefahren im Internet (*Cyberbullying*, *Grooming*, *Sexting* oder *Phishing*) und die jungen Menschen bekamen Tipps für den sicheren Gebrauch von sozialen Netzwerken. Die Workshops dauerten je 40 Minuten und wurden mehrmals am Tag angeboten, sodass die jungen Menschen in den Wartezeiten zwischen den Onlinespielen daran teilnehmen konnten.
- Eine zusätzliche Motivation für die Teilnehmenden waren die Preise, die man gewinnen konnte: die drei Erstplatzierten jedes Spiels erhielten Geldpreise, die von der Stadtverwaltung von Mazarrón gestiftet wurden.

### Die Ergebnisse

Die Aktion hat den jungen Menschen gezeigt, dass es wichtig ist, beim Videospielen die Zeit im Blick zu behalten und sie haben gelernt, wie sie ihre Freizeit vor dem Computer verbringen und gleichzeitig mehr Zeit für andere Aktivitäten haben können. Außerdem haben sie gesehen, inwiefern Videospiele, die sie spielen, sie beeinflussen und sie haben einen kritischen Blick auf Spiele entwickelt, die für sie und für andere schädlich sein können. Die jungen Menschen haben ein Bewusstsein für die Wichtigkeit der Kontrolle durch die Eltern in Bezug auf Spieldauer und den Inhalt der Spiele entwickelt, die zu ihrem Wohlbefinden und ihrer Sicherheit beiträgt. Sie haben über verschiedene Gefahren im Internet und Möglichkeiten, sich vor diesen zu schützen, reflektiert.

Durch diese Aktion haben die jungen Menschen verstanden, dass man unsere Welt auch durch Videospiele „verschmutzen“ kann. Sie sind sich nun darüber bewusst, dass sie ein Teil dieser Welt sind und daher ihre Handlungen kritisch hinterfragen und Verantwortung für diese übernehmen müssen.

Die jungen Menschen hatten Spaß und trafen Gleichaltrige aus der Gegend mit denselben Interessen. Sie haben Kontakte geknüpft und wurden dazu angeregt, auch bei anderen Aktivitäten der Stadtverwaltung mitzumachen.

### Ratschläge, wenn Sie ähnliche Aktionen planen

- Wenn möglich, befragen Sie die jungen Menschen, was sie gerne machen möchten und passen Sie die Aktivität so an, dass die Teilnehmenden möglichst viel über die verschiedenen SDGs lernen.
- Die Workshops sollten nicht zu lang sein. Sie sollten dynamisch gestaltet sein und Spaß machen. Außerdem sollten sie direkt mit der Aktivität in Verbindung stehen, damit die Teilnehmenden über das, was sie gerade tun, reflektieren können.



- Damit die jungen Menschen nicht die Motivation verlieren, ist die Wartezeit ein wesentlicher Aspekt. Die Aktivität sollte so organisiert sein, dass die Teilnehmenden nicht das Gefühl haben, dass sie ihre Zeit verschwenden.
- Bieten Sie Alternativen zur Hauptaktivität an. In diesem Fall wurden mehrmals am Tag Workshops abgehalten. Außerdem konnten die jungen Menschen die Sporteinrichtungen nützen, um Fußball oder Basketball zu spielen.

### **5.6.2 Photo Walk in Athienou (Zypern)**

|                           |                                           |
|---------------------------|-------------------------------------------|
| Datum:                    | 14. Oktober 2018                          |
| Organisiert von:          | Future Worlds Center - Nicosia Photowalks |
| Zu den SDGs:              | 5                                         |
| Anzahl der Teilnehmenden: | 40                                        |

#### **Der Hintergrund der Aktion**

Diese Aktivität wurde von einer der fünf Gemeinden organisiert, die in Zypern am Projekt „Global Education Goes Local“ teilnehmen, um für das Thema Geschlechtergleichstellung zu sensibilisieren.

Obwohl Frauen in Athienou immer schon aktiv und unternehmerisch tätig waren, wird ihre wichtige Rolle in der Gesellschaft nur in sehr geringem Maße anerkannt. Die meisten sozialen Treffpunkte in Athienou sind für Buben und Männer gedacht, Kirchen sind zumeist auf Männer ausgerichtet, unternehmerisch tätig zu sein wird selten als für Männer und Frauen gleichermaßen angemessen betrachtet und die großen geschichtlichen Persönlichkeiten sind zumeist Männer.

#### **Die Aktion**

Bei der Aktion wurde ein fotografischer Spaziergang durch den Ort Athienou veranstaltet, bei dem die Frauen von Athienou von der Antike bis in die moderne Zeit im Mittelpunkt standen. Bei dieser kreativen Aktivität zur Bewusstseinsbildung für das SDG 5 – Geschlechtergleichstellung – wurde anhand architektonischer Spuren oder von der UNESCO anerkanntem immateriellen Erbe darüber informiert, wie Frauen die Entwicklung von Athienou beeinflusst und Geschichte geschrieben haben.

Beim Rundgang war ein professioneller Fotograf dabei, der den Teilnehmenden beim kreativen und künstlerischen Fotografieren half. Nach dem *Photo Walk* konnten die Teilnehmenden ihre Fotos online teilen und sie mit bestimmten Hashtags versehen, um eine positive kollektive Erinnerung zu schaffen.

Der Rundgang startete im Museum von Athienou, wo die Teilnehmenden Informationen über weibliche Gottheiten und ihre Geschichte erhielten, für die jeweilige Zeit revolutionäre Ausstellungsstücke bewunderten und erfuhren, wie die Herstellung von Spitze in Handarbeit, einer traditionell weiblichen Aktivität im Ort, in die UNESCO-Liste des nationalen immateriellen Kulturerbes aufgenommen





men wurde. Mittels der Architektur erlebten sie den Einfluss der Frauen auf den Lauf der Geschichte Athienous. Die Gruppe sprach außerdem mit mehreren Unternehmerinnen und Künstlerinnen.

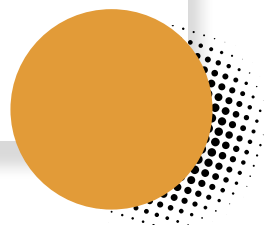
An den verschiedenen Stationen des Rundgangs wurden unterschiedliche Themen in Bezug auf die SDGs – neben SDG 5 auch SDGs 11 und 12 – besprochen. An der Aktivität nahmen in etwa 40 Personen aus Athienou, Zypern und dem Ausland teil.

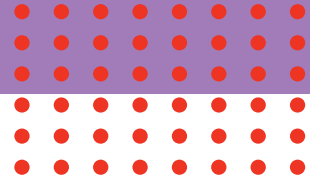
### **Die Ergebnisse**

Diese Aktion trug zur Bewusstseinsbildung für SDG 5 im Allgemeinen bei und sensibilisierte im Speziellen für die Rolle von Frauen in der Gemeinde Athienou. Die Ausrichtung des Rundganges auf Frauen half den Teilnehmenden zu verstehen, welchen wichtigen Beitrag Frauen in der Gesellschaft über die Jahre geleistet haben und inwieweit Geschlechterungleichheit praktisch alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens umfasst hat. Durch das Fotografieren konnten sich die Teilnehmenden auf Details konzentrieren und am Rundgang und dem Schaffen einer kollektiven Erinnerung aktiv teilnehmen.

### **Ratschläge, wenn Sie ähnliche Aktionen planen**

- Der\_Die Leiter\_in des Rundgangs sollte viel über den Ort, wo er stattfinden soll, wissen.
- Der Rundgang kann zu Fuß oder mit dem Fahrrad erfolgen und so gleichzeitig nachhaltige Arten der Fortbewegung erfahrbar machen.
- Verwenden Sie einfache Hashtags.
- Derzeit ist Instagram eine der geeignetsten Social-Media-Plattformen für diese Aktivität, in Zukunft kann sich das ändern.
- Die Gruppen sollten aus nicht mehr als 25 Mitgliedern bestehen, damit man gut gemeinsam umhergehen kann und eine ruhige und intime Atmosphäre entsteht, in der die Teilnehmenden sich austauschen und Fragen stellen können.
- Einen professionellen Fotografen mit an Bord zu haben, ist ein Vorteil, aber kein Muss für den Erfolg der Aktion.
- Es ist wichtig, die Fotos gleich online zu posten.
- Wählen Sie für die Stopps unterschiedliche Orte aus, um die Diskussion über verschiedene Aspekte des Themas anzuregen und die Interessen von so vielen Teilnehmenden wie möglich anzusprechen (Architektur, Malerei, Literatur, Unternehmertum, Geschichte oder Politik).
- Beziehen Sie „echte“ Menschen aus der Umgebung ein: Der direkte Kontakt mit interessanten Persönlichkeiten ist viel intensiver, als nur über sie und ihre Erfolge oder ihre Rolle in der Gesellschaft zu sprechen.
- Versuchen Sie, Menschen verschiedenen Alters und verschiedenen Geschlechts anzusprechen.





### 5.6.3 Fairkochen in Gratkorn (Österreich)

|                           |                                        |
|---------------------------|----------------------------------------|
| Datum:                    | 17. Oktober 2018                       |
| Organisiert von:          | Südwind Entwicklungspolitik Steiermark |
| Zu den SDGs:              | 11, 12                                 |
| Anzahl der Teilnehmenden: | 11                                     |

#### Der Hintergrund der Aktion

Gemeinsam mit seinen lokalen Partnern entschied Südwind Entwicklungspolitik Steiermark, die Themen der SDGs durch einen Kochworkshop zu vermitteln. Denn Kochen ist eine einfache Tätigkeit, bei der man selbst Hand anlegen kann. Das sprach auch junge Menschen an, die zunächst überhaupt kein Interesse an entwicklungspolitischen Themen hatten. Das Kochen bietet außerdem viele Ansatzpunkte für Diskussionen, wie zum Beispiel über Ressourcenverschwendung, regionale Landwirtschaft oder nachhaltigen Konsum. Und es gibt jungen Menschen die Möglichkeit, selbst unmittelbar aktiv zu werden.

#### Die Aktion

Im lokalen Jugendzentrum ARENA in Gratkorn kochte die aus der Gemeinde stammende Kochbuch-Autorin Brigitte Rühl-Preitler gemeinsam mit den Teilnehmenden gute, preiswerte und regionale Rezepte aus ihrem Buch „Essen um zu leben“. Während des Workshops erklärte sie der Gruppe, wie einfach es ist, nachhaltig einzukaufen, wenn man die eigenen Einkäufe gut plant. Zudem zeigte sie ihnen, wie man die Reste vom Vortag zu köstlichen Gerichten „ver-/fairkocht“ und sie so „upcycled“ anstatt sie wegzuerwerfen.

Ein besonderes Augenmerk legte sie außerdem auf biologische und regionale Zutaten und auf die Vorteile von regionaler Ökolandwirtschaft auf lokaler und globaler Ebene. Am Ende aßen alle Teilnehmenden gemeinsam, was sie im Laufe des Workshops zubereitet hatten. Für zuhause schenkte Brigitte Rühl-Preitler jeder\_m außerdem eine Ausgabe ihres Kochbuchs „Essen um zu leben“.

#### Die Ergebnisse

Bei dieser Aktivität legten die Teilnehmenden aktiv selbst Hand an und sie brachte jüngere mit älteren Menschen aus der Gemeinde zusammen. Junge Menschen kamen in Kontakt mit den SDGs, ohne dass sie einem „langweiligen“ Vortrag zuhören mussten. Ihnen wurde bewusst, wie wichtig biologische und regionale Produktion ist und welche Folgen die weltweite Nahrungsmittelproduktion hat (SDGs 11 und 12).

#### Ratschläge, wenn Sie ähnliche Aktionen planen

- Die Gruppe sollte nicht zu groß sein. Der/Die Koch\_Köchin sollte genug Zeit haben, um mit allen Teilnehmenden ins Gespräch zu kommen, sowohl beim Kochen als auch in der Diskussion. Wir schlagen vor, mit maximal 15 Teilnehmenden pro Workshop zu arbeiten. Versuchen Sie jüngere und ältere



Menschen für die Aktivität zu gewinnen, das kann auch die Aufgabe des\_der Kochs\_Köchin erleichtern.

- Südwind Entwicklungspolitik Steiermark arbeitete beim Workshop mit einer Neuen Mittelschule zusammen, die über eine große und gut ausgestattete Küche für ihren Kochunterricht verfügt. Bei der Aktion war es sehr hilfreich, diese professionelle Ausstattung verwenden zu können. Daher empfehlen wir Ihnen in jedem Fall, etwas Ähnliches zu organisieren.

### 5.6.4 In Harmonie mit der Natur leben (Bulgarien)

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Datum:                    | 15. August bis 15. November 2018                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Organisiert von:          | Gemeinschaftszentrum im Ort Kurtovo Konare                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Zu den SDGs:              | 11, 12                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Anzahl der Teilnehmenden: | 300 Vertreter_innen der lokalen Bevölkerung (Kinder, Schüler_innen und junge Menschen) bei Trainings, Workshops und Informationsveranstaltungen<br>Beim Kurtovo Konare Fest, einem Festival zu Paprika, Tomaten, traditionellem Essen und Handwerk, lernten außerdem über 1.000 Gäste die Initiative kennen. |



#### Der Hintergrund der Aktion

Das Gemeinschaftszentrum nützte diese Aktion, um sich als aktives Bürger\_innenzentrum für eine nachhaltige Gemeindeentwicklung zu positionieren. Die Ziele dabei waren:

- als wachsendes Gemeinschaftszentrum einen Beitrag zur effizienten und nachhaltigen Verwendung natürlicher Ressourcen in der Gemeinde zu leisten;
- ein erfolgreiches, lokales Modell für die Zusammenarbeit bei der Umsetzung der SDGs 11 und 12 zu entwerfen.

#### Die Aktion

Die Aktion umfasste Trainings für Schüler\_innen und junge Menschen zu den SDGs 11 und 12 und die Informationskampagne „In Harmonie mit der Natur leben“, zu der eine Theateraufführung, Kreativ-Workshops, Ausstellungen sowie Aktivitäten zur Erhöhung der Sichtbarkeit und Verbreitung der Themen gehörten.

Die folgenden Aktivitäten wurden umgesetzt:

1. fünf Informationsseminare/Trainings zu den SDGs 11 und 12 mit insgesamt 77 Teilnehmenden (Schüler\_innen und junge Menschen);
2. Ausarbeitung von Materialien über die SDGs 11 und 12 für Kinder in Kindergärten und Schüler\_innen der Primarstufe sowie der Sekundarstufen I und II;

3. Organisation der Informationskampagne „In Harmonie mit der Natur leben“:
  - sieben Präsentationen vor Schüler\_innen von der ersten bis zur siebten Schulstufe zu Themen des nachhaltigen Konsums (zum Beispiel Mülltrennung, Recycling oder Energiesparen), unter Beteiligung von 80 Kindern aus Kindergärten und 160 Schülern\_innen der Primarstufe;
  - Lern-Theateraufführung für Schüler\_innen der ersten beiden Schulstufen (Primarstufe) und Kinder des Kindergartens „Children’s Paradise“;
  - zwei Kreativ-Workshops, bei denen Werkstücke aus recycelten und natürlichen Materialien, zum Beispiel mit Maisblättern und Lehm, gebastelt wurden;
  - beim Kurtovo Konare Fest nahmen Rockmusik-Gruppen teil, die Lieder zu Themen wie saubere Natur oder Schutz des kulturellen und natürlichen Erbes der lokalen Bevölkerung spielten;
  - Foto-Jamboree, bei dem 14 Fotos von jungen Amateur-Fotograf\_innen ausgestellt wurden, die auch beim Kurtovo Konare Fest 2018 präsentiert wurden;
  - Ausstellung von Werkstücken aus recycelten Materialien am 24. Oktober, dem Tag der Vereinten Nationen;
  - Abschlusskampagne mit einem Treffen zwischen Großeltern und Enkeln am 8. November, dem Tag für gesunde Ernährung.
4. Sichtbarkeit: Veröffentlichungen in Medien, Abschlusstreffen, Werbetaschen.

### **Die Ergebnisse**

- Fünf Trainingsseminare zu den SDGs 11 und 12 mit 77 Teilnehmenden und acht verschiedene Aktivitäten im Rahmen der Initiative „In Harmonie mit der Natur leben“;
- Organisation von zwei Ausstellungen und Produktion eines Films, jeweils mit Beteiligung von jungen Menschen;
- 32 Veröffentlichungen in Medien und Produktion von 100 Stofftaschen;
- Steigerung des Interesses der lokalen Bevölkerung, vor allem der jungen Menschen, an den Seminaren zu den SDGs 11 und 12;
- Vermittlung neuer Kenntnisse und Fähigkeiten an Vertreter\_innen der lokalen Bevölkerung;
- Stärkung des Images des Gemeinschaftszentrums als aktives Bürger\_innenzentrum;
- Schaffung neuer Partnerschaften.

### **Ratschläge, wenn Sie ähnliche Aktionen planen**

- In Harmonie mit der Natur zu leben bedeutet, die Natur zu erhalten und sich für den Aufbau nachhaltiger lokaler Gemeinden einzusetzen. In diesem Sinne kann dieses Thema ständig um neue Initiativen ergänzt und ausgebaut werden.



# Quellenangaben

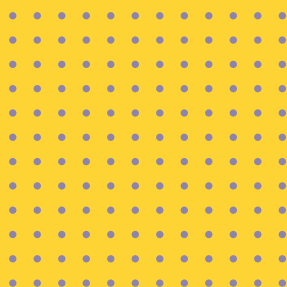
<sup>1</sup> Price, J. (2003) Get Global! A Skills-Based Approach to Active Global Citizenship. ActionAid.

<sup>2</sup> Liz Henry (2014) Pile of zines at Double Union, <https://www.flickr.com/photos/lizhenry/14618792310> [2020-06-09].

<sup>3</sup> Pizzajono (2017) Zines from the Long Beach Public Library, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Zebrapizza\\_zines.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Zebrapizza_zines.jpg) [2020-06-09] Diese Datei ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International Lizenz. Weitere Informationen unter dem Link.



*picture credit: designed by pch.vector / Freepik*



# 6 REFLEXION





Um eine Lernerfahrung so bereichernd wie möglich zu gestalten, ist es wesentlich, sich Zeit für die Reflexion darüber zu nehmen, was man getan und gelernt hat. Die Reflexion ist Bestandteil des Rahmens des Globalen Lernens. Durch sie kann man sich bewusst machen, was man gelernt hat und so eine nächste Stufe erreichen oder die nächste Lernerfahrung machen. Mittels der Reflexion sind Sie als Betreuer\_in außerdem im Austausch mit den Teilnehmenden und erfahren, ob diese alles gut verstanden haben. Das wiederum hilft Ihnen beim Planen der nächsten Aktivitäten oder beim besseren Abstimmen der nächsten Workshops/Trainingseinheiten. Auch das Feedback der Teilnehmenden ist wertvoll, da es Sie dabei unterstützt, zu gewährleisten, dass jede\_r möglichst viel von den Aktivitäten profitiert.

Es kann sinnvoll sein, bereits bei der Diskussion und Nachbereitung nach den einzelnen Aktivitäten kurze Feedback-Runden einzubauen. Nach der Umsetzung mehrerer Aktivitäten (zum Beispiel nach einem Workshop-Tag) oder nach dem Abschluss eines gesamten Trainings mit mehreren Einheiten, können Sie sich dann ausführlich Zeit für die Reflexion und das Feedback nehmen.

### **Beispiel 1:**

Bilden Sie gemeinsam einen Sesselkreis und lassen Sie ein Objekt reihum gehen. Das kann ein Stein, ein Stock oder etwas anderes sein, das die Teilnehmenden in der Hand halten können, während sie sprechen, bevor sie es an die\_den Nächste\_n weitergeben. Bitten Sie die\_den erste\_n Teilnehmende\_n, etwas zu nennen, was sie\_er von dieser Aktivität mitgenommen hat (etwas, das einen besonderen Eindruck hinterlassen hat, etwas Überraschendes...). Danach soll sie\_er das Objekt an die\_den nächste\_n Teilnehmende\_n weitergeben, die\_der ebenso sagt, was sie\_er mitgenommen hat, und zwar solange bis jede\_r an der Reihe war.

### **Beispiel 2:**

Legen Sie viele Fotos, Postkarten oder andere Bilder auf den Boden. Bitten Sie die Teilnehmenden, jeweils zwei Bilder auszusuchen: eines, das für etwas steht, was sie bei der letzten Aktivität beeindruckt hat; und eines, das für etwas steht, was sie schwierig gefunden haben. Die Teilnehmenden sollen die Bilder dann der Gruppe zeigen und den anderen sagen, was sie darüber denken. Besprechen Sie die Schwierigkeiten kurz mit den Teilnehmenden, sodass inhaltlich keine Fragen offen bleiben und die Teilnehmenden für die nächste Aktivität weiterhin motiviert sind.

### **Beispiel 3:**

Teilen Sie jeder\_m Teilnehmenden drei leere Sprechblasen (oder Post-its) aus und bitten Sie sie\_ihn, drei Dinge aufzuschreiben: 1. etwas, das sie\_ihn überrascht hat; 2. etwas, das sie\_er gelernt hat; und 3. etwas, worüber sie\_er gerne mehr Informationen haben oder mehr lernen möchte.

Bringen Sie die Antworten in verschiedenen Ecken des Raumes oder auf mehreren Flipcharts an, sodass alle Antworten zu Punkt 1, 2 und 3 jeweils gesammelt sind. Bitten Sie die Teilnehmenden nun, umher zu gehen und die Kommentare der anderen Teilnehmenden zu lesen.



#### Beispiel 4:

Bitte Sie die Teilnehmenden, aufzustehen und sich eine Linie vorzustellen, die durch den Raum verläuft. Ein Ende dieser imaginären Linie steht für „Ich bin einverstanden“, das andere für „Ich bin nicht einverstanden“. Wenn Sie möchten, können Sie Schilder an beiden Enden aufstellen. Erklären Sie den Teilnehmenden, dass Sie nun einige Aussagen vorlesen werden und sie sich, je nachdem wie sehr sie mit diesen einverstanden sind, auf der Linie positionieren sollen. Nach jeder Aussage können Sie ein oder zwei Freiwillige bitten, der Gruppe zu sagen, was sie darüber denken. Dann gehen Sie zur nächsten Aussage weiter.

Hier finden Sie einige Vorschläge für Aussagen. Sie können weitere hinzufügen oder diese an Ihre Gruppe bzw. das Thema anpassen.

- Diese Aktivität hat mir gefallen.
- Für mich war diese Aktivität ziemlich schwierig.
- Ich sehe [fügen Sie hier das (Haupt-)Thema Ihrer Aktivität ein] anders als vorher.
- Es ist wichtig, aktiv zu werden und die Werte, für die wir eintreten, auch zu leben, wie zum Beispiel Menschenrechte, Gerechtigkeit, Respekt und Solidarität.



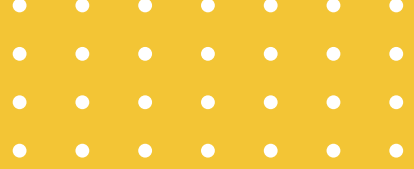


## Kontakt:

Südwind Entwicklungspolitik Steiermark  
Annenstraße 29  
8020 Graz

[stmk@suedwind.at](mailto:stmk@suedwind.at)





Dieses Methodenhandbuch wurde für lokale Organisationen, Einrichtungen, Trainer\_innen und Jugendarbeiter\_innen entwickelt, die jungen Menschen globale Themen mithilfe der Popkultur vermitteln wollen. Es bietet lernendenzentrierte, partizipative, dialogorientierte und praktische Methoden, die auf Themen und Formen der Popkultur basieren.

Alle Aktivitäten in diesem Methodenhandbuch sind praxisorientiert gestaltet und darauf ausgerichtet, die Teilnehmenden aktiv einzubeziehen. Die kreativen und praktischen Aktivitäten bauen auf verschiedenen Elementen der Popkultur auf und sollen das Interesse und die Neugier junger Menschen wecken. Die Lernziele aller Aktivitäten stehen in Verbindung mit einem oder allen drei der im Projekt „Global Education Goes Local“ ausgewählten Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs 5, 11 und 12).

