

ARCHIV DER JUGENDKULTUREN (HRSG.)

INFORMIEREN

SENSIBILISIEREN

MOTIVIEREN

ERFAHRUNGEN MIT DEM NEUEN FORMAT
INTERVENTION SET

archiv
der jugendkulturen e.v.

INFORMIEREN, SENSIBILISIEREN, MOTIVIEREN

ERFAHRUNGEN MIT DEM NEUEN FORMAT **INTERVENTION SET**

Die folgende Broschüre präsentiert die Ergebnisse einer internen Evaluation des Archivs der Jugendkulturen e. V. Basierend auf dem innovativen Konzept eines Intervention Sets zieht die kritische Wirkungsanalyse quantitative und qualitative Befragungen hinzu, um zu prüfen, inwiefern die Sets die gewünschten Wirkungen entfalten. Es werden Empfehlungen zur Struktur des Konzeptes, zum Entwicklungsprozess und zur Anwendung abgegeben sowie Möglichkeiten zum Transfer der Methode erläutert.

INHALT

Einleitung	5
Methode	9
Hauptkenntnisse	13
Das Format Intervention Set	15
Prototyp 1: „Ich mach was gegen rechts!“, ein Set gegen Rechtsextremismus	19
Prototyp 2: „STOP AMR, Stop Antimuslimischen Rassismus“	25
Eingang des Materials in die Praxis anderer Träger der Jugendarbeit und der politischen Bildung	31
Zusammenfassung der Ergebnisse	35
Annex I	39
Annex II	41
Annex III	45
Impressum und Kontakt	49



EINLEITUNG

Das Archiv der Jugendkulturen ist ein Informations- und Kompetenzzentrum für Jugendkulturen. Es sammelt, erforscht und vermittelt seit 1998 Kenntnisse zu Jugendkulturen und deren Lebenswelten. Das Archiv unterhält und erweitert eine Präsenzbibliothek in Berlin, konzipiert und gibt Publikationen und Ausstellungen über Jugendkulturen heraus, berät Ministerien und andere Organisationen, setzt Workshops mit Szeneangehörigen für Kinder und Jugendliche zu Musik, Kunst, Tanz oder Mode um und widmet sich intensiv der politischen und kulturellen Bildung von benachteiligten Jugendlichen.

PROJEKTE ALS TRÄGER DER POLITISCHEN BILDUNG

Seit 2003 konzipiert und organisiert das Archiv zahlreiche Fortbildungen und Workshops für Jugendliche, Erwachsene und Multiplikator*innen¹. Ziel ist es, jugendkulturelle Vielfalt fundiert und authentisch zu vermitteln, das Bewusstsein für politische Themen zu schärfen, tolerante Haltungen zu unterstützen und einen Beitrag zur Gewalt- und Rechtsextremismusprävention zu leisten. Die Seminarleiter*innen setzen sich aus Fachleuten der politischen Bildung und Vertreter*innen unterschiedlicher Jugendkulturen zusammen. Die Veranstaltungen finden im gesamten deutschsprachigen Raum statt. Bis jetzt haben mehr als 50.000 Jugendliche und Erwachsene an dem Bildungsangebot teilgenommen. Das Archiv der Jugendkulturen e. V. ist anerkannter Träger der politischen Bildung und anerkannter Träger der freien Jugendhilfe.

STRUKTURENTWICKLUNG ZUM BUNDESZENTRALEN TRÄGER

Seit 2015 wird das Archiv der Jugendkulturen e. V. (AdJ) im Rahmen des Bundesprogramms „Demokratie leben!“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) für seine Strukturentwicklung zum bundeszentralen Träger im Themen- und Strukturfeld Jugendkulturen und Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit (GMF) gefördert. Als künftiger bundeszentraler Träger im Themen- und Strukturfeld Jugendkulturen und GMF soll das Archiv als Vermittler zwischen jugendkulturellen Szenen, Politik und aktiver Jugendarbeit wirken und Innovationen vorantreiben.

DAS FORMAT INTERVENTION SET ALS ALTERNATIVE ZUR ÜBLICHEN BROSCHÜRE

Im Laufe der eigenen politischen Bildungsarbeit und der Kooperation mit anderen Trägern der politischen Bildung wurde das Team des Archivs auf die Grenzen des Formats politische Bildungsbroschüre aufmerksam. Diese Art der Broschüren wird routinemäßig angewendet, um Wissen zu vermitteln, zu sensibilisieren und die eigene Selbstbestimmung der Leser*innen zu steigern – das sogenannte Empowerment zu ermöglichen.

„Solche Broschüren erreichen aber wie alle primär textbasierten, pädagogischen Materialien nur einen begrenzten Teil der eigentlichen Zielgruppe“, beobachtete der Koordinator für das Bildungsprogramm Culture on the Road am AdJ. Vor allem Jugendliche zwischen 13 und 18 Jahren, die bereits ein Interesse an politischen Themen entwickeln, schenken einer klassischen Bildungsbroschüre nur über kurze Zeit ihre Aufmerksamkeit. Die Gefahr besteht, dass die Broschüre nur oberflächlich erfasst und nicht weiterverwendet wird.

Als Alternative entwickelte das Team des Archivs im Rahmen der Strukturentwicklungsförderung die Idee eines neuen Formats. Dieses soll idealtypisch nicht nur Informationen klar und griffig vermitteln, für Ideologien der Ungleichwertigkeit sensibilisieren und darüber aufklären sowie Menschen in ihrer Ablehnung von Menschenfeindlichkeit bestärken, sondern auch gleichzeitig eine Langlebigkeit entfalten. Um diese gesteigerte Nachhaltigkeit zu erreichen, müssten, so die Annahme,

¹ Die Schreibweise mit Sternchen soll alle Geschlechteridentitäten einschließen: Frauen, Männer und Menschen, die sich eindeutiger Geschlechtszuordnung entziehen.

Bestandteile des pädagogischen Materials so gestaltet sein, dass sie unter Jugendlichen geteilt und weitergegeben werden, Möglichkeiten für eigene Kreativität offenlassen und Handlungsoptionen aufzeigen, wie sich Jugendliche gegenüber Ungleichwertigkeiten positionieren und dagegen aktiv werden können. Die einzelnen Bestandteile sollten zudem idealerweise zu Diskussionen verleiten. Dieser Ansatz sollte eine Interaktivität zwischen dem pädagogischen Handwerkszeug und den Zielgruppen ermöglichen, die bei den üblichen Publikationsformaten nicht gegeben ist. Das Team nannte dieses Format „Intervention Set“.

DIE SYMPTOME GRUPPENBEZOGENER MENSCHENFEINDLICHKEIT IM FOKUS DER INTERVENTION SETS

- Im Jahr 2015 startete die Maßnahme im Rahmen des Projektes zur Strukturentwicklung mit der Entwicklung und der ersten Anwendungsphase eines Intervention Sets. Dieser erste Prototyp widmete sich dem Thema Rechtsextremismus und war betitelt „DYI Intervention Set: Ich mach was gegen rechts!“.
- Im Jahr 2016 folgte der zweite Prototyp eines Intervention Sets mit dem Namen „STOP AMR“. Dieses setzte sich mit antimuslimischem Rassismus (AMR) auseinander.
- Im Jahr 2017 wird das Intervention Set „Sexismus nervt!“ vorgestellt, das das Schwerpunktthema Sexismus behandelt.
- Für das Jahr 2018 ist bereits ein Intervention Set geplant, das sich gegen Antisemitismus wendet.

Die Erfahrungen, die bereits im Laufe der Jahre 2015 und 2016 mit dem Format und den ersten zwei Prototypen gesammelt werden konnten, sollen in diesem Bericht dargelegt und mit Auftraggeber*innen, Kooperationspartner*innen, Multiplikator*innen² sowie der interessierten Öffentlichkeit geteilt werden.

LEITFRAGE

Die Leitfrage hierbei betrifft die Umsetzung des Formats und seine Eignung, um als innovatives pädagogisches Format die klassische politische Bildungsbroschüre zu ergänzen. Dieser Bericht zielt darauf ab, mit den Mitteln der internen Evaluation kritisch zu analysieren, inwiefern die zwei vom AdJ entwickelten Prototypen die zu Beginn der jeweiligen Entwicklung postulierten Wirkungen entfaltet haben. Zudem soll geprüft werden, welche unerwarteten Wirkungen und Reaktionen diese pädagogischen Werkzeuge in der Realität hervorgerufen haben.

Sollten dabei erfolgreiche Wirkungsmechanismen beobachtet und attestiert werden, könnten das Format und die konkreten Materialien zum Eingang in die Regelpraxis an geeignete und interessierte Kooperationspartner*innen weitergegeben werden. Insofern dies bereits erfolgt ist, wird diese Zusammenarbeit als Erfolg des Formates gewertet.

AUFBAU

Im Folgenden wird zunächst die methodologische Grundlage für die Untersuchung erläutert. Für interessierte Leser*innen werden daraufhin die Hauptergebnisse der Wirksamkeitsanalyse kurz und bündig in Form von Empfehlungen vorgestellt. In einem detaillierten Abriss werden Erkenntnisse über das Format Intervention Set sowie über die Konzeption und die Wirkung der zwei Ausführungen „Ich mach was gegen rechts!“ Und „STOP AMR“ dargelegt. Die Ergebnisse der Analyse und die daraus resultierenden Hinweise für die Weiterentwicklung des Formats und der Anwendung der bereits existierenden Sets werden im abschließenden Teil zusammengefasst.

² Als Multiplikator*innen im Sinne der politischen Bildungsarbeit werden hier Lehrer*innen, Erzieher*innen, Sozialarbeiter*innen, Referent*innen, Freiwillige, aber auch Eltern und andere Bezugspersonen junger Menschen sowie engagierte Jugendliche selbst betrachtet.



METHODE

Im Zuge der Strukturentwicklung zum bundeszentralen Träger für das Themen- und Strukturfeld Jugendkulturen und GMF entwickelt das AdJ kontinuierlich Werkzeuge, um die Qualitätssicherung und Professionalisierung der Institution voranzutreiben. Ein wichtiger Schritt ist der Ausbau von Monitoring- und Evaluationswerkzeugen. Die interne Wirksamkeitsanalyse der vom Archiv entwickelten und angewandten Intervention Sets leistet hierfür einen wichtigen Schritt.

QUANTITATIVE DATEN

Im Zuge der Präsentation des ersten Intervention Sets erkannte das Archiv zunächst die Notwendigkeit einer Befragung der Zielgruppen Jugendliche und Multiplikator*innen zu ihren Reaktionen auf das Set und seine Bestandteile. Die ersten Werkzeuge zur Evaluierung, in der Form eines Evaluationsbogens, der dem Set beigelegt wurde, konnten jedoch erst im dritten Jahresabschnitt 2016 angewendet werden, als bereits ein beträchtlicher Teil der Sets distribuiert worden war.

Der dabei entstandene Fragebogen (siehe Annex II), der gemeinsam mit „Ich mach was gegen rechts!“ ausgeteilt wird, fragt hauptsächlich das allgemeine Interesse am Set ab, außerdem den Grad, zu dem die einzelnen Bestandteile ansprechend wirken. Manche der konzipierten Wirkungen werden niederschwellig abgefragt, so der Informationsgehalt des Sets, die Bereitschaft einzelne Bestandteile weiterzugeben, das Ausmaß, zu dem es zum Nachdenken animiert und das Ausmaß, zu dem es motiviert aktiv zu werden. Zusätzlich werden die Befragten über jedes der einzelnen Bestandteile befragt. Sie sollen bewerten, inwiefern sie die jeweiligen Elemente ansprechen und wie wahrscheinlich es ist, dass sie die jeweiligen Bestandteile nutzen werden.

Der Evaluationsbogen zu „STOP AMR“ wurde bereits zeitgleich mit der Konzeption des Sets entworfen und orientiert sich am Fragenkatalog des Sets gegen rechts. Entsprechend werden auch hier die gleichen Hauptwirkungen abgefragt, wobei auch die zusätzliche Wirkung der Hilfestellung für Betroffene von AMR ihren Platz in der Befragung einnimmt.

Für die Zukunft wird empfohlen, dass detailliertere Fragen zu den Einzelwirkungen in die Fragebögen aufgenommen werden. Eine

Wirkungsanalyse würde auch von mehr Informationen zu Hintergrund und Erfahrungen der jeweiligen Rezipient*innen profitieren, damit eine solche Betrachtung auch die Fragen behandeln kann, welche Wirkungen bei welchen Teilen der Zielgruppe welchen Einfluss ausüben. Die Verwendung eines umfassenderen Fragebogens, der diese Optimierungen bereits enthält, konnte für die Zwecke der gegenwärtigen Analyse nicht verwirklicht werden. Basierend auf dieser Analyse werden die Abfragemethoden in Zukunft entsprechend geändert.

In die Datenbasis gingen Fragebögen ein, die zwischen November 2016 und Juli 2017 ausgefüllt worden sind. Die Auswertung der dabei erhobenen Daten fand in August und September 2017 statt. Der Rücklauf beträgt approximativ 35 bis 40 Prozent der Evaluationsbögen, die zu diesem Zeitpunkt ausgeteilt worden waren, ein für diese Form der ausführlichen schriftlichen Befragung zu erwartender Wert. Aufgrund der geringen Auflagenzahl und der begrenzten Befragungszeit sowie des Umstands, dass die Sets bedarfsorientiert bei ausschließlich angefragten Veranstaltungen verteilt wurden, kann die quantitative Analyse an sich aber nicht als repräsentativ gewertet werden. Sie vermittelt aber einen Eindruck der ersten Reaktionen auf dieses innovative Format und ermöglicht es, mithilfe der qualitativen Analyse begrenzt und differenziert Schlussfolgerungen zu ziehen, die in die weitere Entwicklung des Formats einfließen werden.

An der quantitativen Evaluation basierend auf „Ich mach was gegen rechts!“ nahmen 164 Personen teil. Bei der Evaluation basierend auf „STOP AMR“ waren es 111 Personen. In den Grafiken werden die absoluten Zahlen dargelegt, um überschätzende Effekte in Hinblick auf Repräsentativität zu vermeiden. Die Zahl der in den Grafiken dargelegten Meinungen entspricht in ihrer Summe nicht unbedingt der Anzahl der Befragten, da nicht alle Personen alle Fragen beantwortet haben.

Die Fragen wurden auf einer Rating-Skala, der sogenannten Likert-Skala, von 1 bis 5 aufgebaut. In der ersten Fragenkonstruktion entsprechen die numerischen Werte dem Grad des Gefallens:

1. nicht gefallen
2. gefällt nicht
3. gefällt mittelmäßig
4. gefällt ziemlich
5. gefällt sehr

In der zweiten Fragenkonstruktion entsprechen sie dem Grad der Zustimmung zu einer Aussage:

1. stimmt nicht
2. stimmt ein wenig
3. stimmt mittelmäßig
4. stimmt ziemlich
5. stimmt sehr

Bei allen Fragen bestand die Möglichkeit, ergänzende und erläuternde Kommentare hinzuzufügen.

Um die ‚Tendenz zur Mitte‘ mitzudenken, die bei den meisten skalierten Befragungen als Bias-Effekt hinzukommt, werden in den darauffolgenden Kapiteln Bewertungen, die den Werten 4 und 5 entsprechen, in den Grafiken getrennt visualisiert, aber in den Ausführungen gemeinsam behandelt. Wenn einzelne Grade von keiner*in der Befragten abgegeben wurden, wird dieser Gradbalken auch nicht visualisiert.

Da sich die zwei Intervention-Set-Prototypen in der Konzipierung erheblich voneinander unterscheiden, sind die Ergebnisse ähnlich formulierter Fragen oder Aussagen nicht direkt vergleichbar. Sie werden in diesem Bericht daher nicht untereinander verglichen, sondern die Daten werden in getrennten Kapiteln vorgestellt.

Basierend auf dem einzigen biographischen Wert, der abgefragt wurde, das Alter der Befragten, können Quervergleiche für jedes einzelne Set gezogen werden. Es wurde der Versuch unternommen, einen Vergleich für die Gruppen der Zwölf- bis 16-Jährigen, der 16- bis 21-Jährigen und der über 21-Jährigen zu entwickeln. Aufgrund der geringen absoluten Zahlen ist aber die Bewertung von Wirksamkeit basierend auf diesen Vergleichen objektiv nicht möglich. Die Effekte wären nicht aussagekräftig, weswegen in diesem Bericht ausschließlich aggregierte Daten vorgestellt werden. Für die breite Öffentlichkeit relevante Fragen der allgemeinen Wirksamkeit und der einzelnen Stärke der intendierten Wirkungen werden ausführlicher illustriert. Die Daten über Wirksamkeit einzelner Bestandteile werden zwar auch genannt, sind aber nicht im Detail illustriert. Sie werden aber bei der Optimierung des Formats für weitere Sets intern zu Rate gezogen und sollen bei Fortbildungen hinzugezogen werden, wenn das AdJ Methoden zur Gestaltung von jugendgerechten Formaten vorstellt und kritisch reflektiert.

Eine gravierende methodologische Schwierigkeit bei der Auswertung der Daten ergibt sich aus dem Umstand, dass bisher keine vergleichbaren Daten erhoben wurden – weder zu politischen Bildungsbroschüren, die vom AdJ angewendet wurden, noch zu anderen Aktionsformaten, die auf Interaktivität setzen. Schon gar nicht verfügt man über vergleichbare Impact-Analysen zu einem ähnlichen Format, da das Intervention-Set-Modell einen innovativen Ansatz darstellt.

Eine Möglichkeit, um auf diese Schwierigkeit in der Praxis zu antworten, wäre die geplante Realisierung einer kontrollierten Studie im Jahr 2019. Bei ausgewählten Veranstaltungen könnten Vorher-Nachher-Befragungen stattfinden. So könnte man den Grad der allgemeinen Sensibilisierung zu einem GMF-Thema und die bestehenden Kompetenzen darauf zu reagieren vor und nach der Auseinandersetzung mit Intervention Sets abfragen und vergleichen.

QUALITATIVE DATEN

Um die quantitativen Daten zu unterfüttern, Interpretationsmöglichkeiten für die quantitativen Ergebnisse anzubieten und mehr über die angenommenen Wirkungen zu erfahren, wurden zwischen den Monaten Mai 2017 bis November 2017 qualitative Interviews durchgeführt. Diese Interviews boten auch die Möglichkeit eine ausführliche Präsentation des Konzeptes in diesen Bericht einzugliedern, was für die Verwendung des Sets und den Transfer an andere Kooperationspartner*innen von beträchtlichem Wert ist.

Die Ansprechpartner*innen für die qualitative Befragung wurden aus dem Pool der Konzipierer*innen und der Vermittler*innen der Sets ausgewählt, wobei erstere verstärkt über das Konzept und die Annahmen befragt wurden, die den Sets zugrunde liegen. Die Referent*innen und Vermittler*innen des Sets wurden verstärkt zu der beobachteten Wirkung befragt. Es besteht allerdings in manchen Fällen auch eine Überschneidung dieser Funktionen.

Bei den Ansprechpartner*innen handelte es sich um:

- *Abdurrahim Dottermusch*, Berater bei der Erstellung von „STOP AMR“, Referent in der kulturellen und politischen Jugend- und Erwachsenenbildung, mit der Vorstellung und Anwendung von „STOP AMR“ beauftragt
- *Chi Maulbetsch*, freie Künstlerin, Referentin in der kulturellen und politischen Jugend- und Erwachsenenbildung
- *Edyta Kopitzki*, Mitarbeiterin am AdJ, beteiligt an der Erstellung beider Prototypen sowie Referentin in der kulturellen und politischen Jugend- und Erwachsenenbildung
- *Gabriele Rohmann*, Leiterin des AdJ, beteiligt an der Erstellung beider Prototypen und Referentin in der kulturellen und politischen Jugend- und Erwachsenenbildung
- *Harald Kollwitz*, Produktdesigner, beteiligt an der Erstellung beider Prototypen
- *Martin Gegenheimer*, Koordinator für das Bildungsprogramm Culture on the Road, beteiligt an der Erstellung des zweiten Prototyps und Referent in der kulturellen und politischen Jugend- und Erwachsenenbildung
- *Navina Mai*, Referentin in der kulturellen und politischen Jugend- und Erwachsenenbildung

Die entsprechend an Funktion und Rolle angepassten Fragenkataloge können unter Annex I nachvollzogen werden.

Politische Bildungsinterventionen entfalten, ähnlich wie jegliche Bildungsmaßnahmen, nur langfristig ihre vollständige Wirkung. Die oben skizzierte Art der Analyse kann diese langfristigen Wirkungen nicht erfassen. Zudem besteht hierbei immer die Schwierigkeit, dass die wissenschaftliche Robustheit quantitativer wie qualitativer Methoden, um andere soziale Einflüsse zu kontrollieren, stark anzuzweifeln ist. Deswegen muss die Anwendung der Intervention Sets als ein Teilbeitrag für die deutlich komplexere persönliche, soziale und politische Entwicklung der Zielgruppen angesehen und bewertet werden.

**MEIN KOPF
GEHÖRT MIR**

STOP ANTIMUSLIMISCHEN MASSKURVEN

Mein Kopf gehört mir
Ich habe das Recht mich so zu kleiden,
so zu stylen wie ich möchte. Solange ich
keine Symbole trage, bin ich niemandem
schuldig. Ob ich damit eine Meinung äußere
oder etwas anderes ausdrücke, ist
es mir einfach nur gefällig. Deine
Interesse an mir hast du nicht.

HAUPTERKENNTNISSE

- Das Format Intervention Set wird von allen Zielgruppen als ansprechend gewertet.
- Die zwei Prototypen „Ich mach was gegen rechts!“ und „STOP AMR“ werden als sehr informativ und lebensnah gewertet.
- Die Sets scheinen aber nur bedingt die Zielgruppen dazu zu motivieren aktiv zu werden. Auf Grundlage der vorhandenen Daten können über die Gründe für das Ausbleiben dieser Wirkung noch keine Aussagen getroffen werden. Dafür müssen mehr Informationen gesammelt werden.
- Multiplikator*innen zeigen ein hohes Interesse an der Weiterverwendung der Sets. Weitere Bemühungen sollten unternommen werden, um den Eingang des Formats in die Regelpraxis der Jugendarbeit und der politischen Bildung voranzutreiben.
- Die zwei Prototypen greifen sehr erfolgreich aktuelle Themen der Gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit (GMF) auf.
- Während Karten und Sticker als gelungene Elemente gewertet werden, müssen kampagnenmotivierende Elemente wie die Einbindung von Social Media-Plattformen, die ein Potenzial haben die Motivationswirkung zu stärken, länger im Voraus geplant und kontinuierlich intensiv betreut werden.
- Bei der Teamzusammensetzung soll weiterhin auf eine ausgewogene und vielfältige Repräsentation geachtet werden. Neben Expert*innen für Design, Sozial- und Politikwissenschaften, Psychologie, Kunst und die kulturelle und politische Bildung, sollen verstärkt auch Pädagog*innen sowie Expert*innen anderer Träger hinzugezogen werden. Auf die Mitwirkung der Referent*innen, die mit den Sets arbeiten werden, ist besonderer Wert zu legen.
- Die Konzepte für die Workshops und die dazugehörigen Module, mit denen Intervention Sets vermittelt werden sollen, sollen parallel zu der Erstellung des Materials entwickelt und fertiggestellt werden.
- Die Zielgruppen-bezogene Akquise von Veranstaltungen und Projekttagen soll weiter ausgebaut werden.



DAS FORMAT INTERVENTION SET

ZIELSETZUNG

Zu Beginn der Förderung zur Strukturentwicklung zum bundeszentralen Träger wurde der Bedarf für weiterführendes pädagogisches Material zum Thema Jugendkulturen und GMF offenkundig. Das Archiv stellte einen Mangel an Materialien fest, die haptisch ansprechend sind und aktivierend wirken. Ursprünglich war bei der Entwicklung der Maßnahmen des AdJ im Rahmen der Strukturentwicklung geplant, ab 2015 einmal jährlich eine Broschüre zu einem GMF-Thema herauszubringen. Im Rahmen der Entwicklung der ersten Broschüre, die sich gegen Rechtsextremismus wenden sollte, reifte der Wunsch heran, wiederverwendbare und zum Weitergeben animierende Bestandteile zu entwickeln, die man verschenken, weitergeben und direkt im Alltag einsetzen kann. Mit einem niedrighwelligen Einstieg soll das pädagogische Material bei Betrachter*innen Lust erzeugen über das Thema nachzudenken und im zweiten Schritt selbst aktiv zu werden.

Die Zielgruppe wurde von Beginn an als primär jugendlich festgelegt. Jugendliche ab dem Alter von zwölf bis 13 Jahren sollten sich mit einem Intervention Set auseinandersetzen können. Die obere Altersgrenze der jugendlichen Zielgruppe liegt schwerpunktmäßig bei 18 Jahren, wobei die Arbeit mit jungen Erwachsenen über dieses Alter hinaus nicht ausgeschlossen wurde. Gleichzeitig waren Multiplikator*innen immer als Zielgruppe mitgedacht, die durch die Intervention Sets eine Anregung bekommen sollten, wie sie diese Themen der politischen Bildung mit Jugendlichen ansprechen können. Intervention Sets sollten also auch immer so konzipiert sein, dass sie als Ideengeber bei Workshops eingesetzt werden können.

Ein Intervention Set sollte idealerweise einen guten Einstieg in ein Thema vermitteln – leicht unterschiedliche Elemente können gesammelt werden und Interesse und Diskussionen anregen, die DIY-Elemente (Do It Yourself) sollen Kreativität fördern. Hierfür sollen Form und Inhalt miteinander interagieren und eine ansprechende haptische Erfahrung vermitteln.

ENTWICKLUNG DES FORMATS

Das Format entwickelte sich mit der Priorität weiterhin Wissen zu vermitteln, dabei aber ansprechend zu wirken und zur Auseinandersetzung zu animieren. Ein Set soll laut Konzept auch attraktiv für Jugendliche sein, die sich noch nicht bereits engagiert mit einem Thema auseinandergesetzt haben, sondern es soll zunächst auch auf ästhetischer Ebene ins Auge fallen.

Das Set „Ich mach was gegen rechts!“ enthielt zehn Postkarten, die Vorschläge erläutern, wie Jugendliche sich verhalten können, wenn sie mit rechtsextremistischen Inhalten in unterschiedlichen Kontexten konfrontiert werden; zwei verschiedene Karton-Schablonen, sogenannte Stencils, von dem eins in jeweils einem Set enthalten ist und die immer eine Anleitung zur Verwendung beinhalten (Motive: BE DIFFERENT – Der Appel BE DIFFERENT mit Vokalausparung verfasst (Stencil 1) und eine stilisierte Silhouette, deren Frisur an Adolf Hitler erinnert und deren Mund mit einem Pflaster zugeklebt ist (Stencil 2)); einen großen Sticker in Bronzefarben entweder mit der Denglischen³ Aufschrift I AM FOX DEVILS WILD oder I THINK I SPIDER und dazugehöriger Illustration, vier kleinere Sticker in Neonfarben mit den Sprüchen BE DIFFERENT, I AM FOX DEVILS WILD, I THINK YOU HAVE A BIRD und I THINK MY PIG PIPES, dazugehörige Illustrationen, einen Aufkleber zum Selbstgestalten sowie jeweils die Aussagen „Mach was gegen rechts!“ oder „Ich mach was gegen rechts!“.

Das Set „STOP AMR“ enthielt 9 Postkarten im kleineren Format, die Diskriminierungserfahrungen aufgrund von AMR beschreiben und mögliche Verhaltensweisen anbieten, um damit umzugehen; eine dieser Karten ist auch ein Instrument, um den eigenen Unmut zu zeigen – die sogenannte „rote Karte gegen AMR“; ein sogenanntes Dogtag⁴ in vier Metallic-Farben, das an eine Kette hängt, die auch die Karten als Ganzes zusammenhält; einen Link zu einer ausdrückbaren Schablone mit der Aufschrift STOP AMR in einem Großbuchstaben-design, das an das Logo der Hip-Hop-Band RUN DMC erinnert; einen roten Sticker mit der Aufschrift STOP AMR und STOP Antimuslimischen Rassismus.

³ Denglisch: eine Form des Ausdrucks, bei der wörtliche Übersetzungen deutscher Idiome ins Englische als humoristisches Stilmittel verwendet werden, z. B.

„I think I spider“ für „Ich glaube, ich spinne.“

⁴ Ein Dogtag ist eine Erkennungsmarke, die als Schmuckstück oder Anhänger getragen werden kann.

Popkulturelles Design und Farbgebung (Bronzefarben und Neonfarben im Jahr 2015 sowie starke Komplementärfarben und Metallic-Farben in 2016) sollen Aufmerksamkeit für die Inhalte erzeugen. Die Stencil-Vorlage (Sprühschablone) eines angedeuteten Nazis im Hipsterlook, der mit einem Pflaster vor dem Mund zum Schweigen gebracht wurde, verweist auf den Film „Er ist wieder da“ (2015).

Das Team suchte einen Einstieg, einen individuellen Zugang für Jugendliche, der genug Freiräume zulässt, das eigene Handeln zu überdenken und Perspektivwechsel zu ermöglichen. Einfache Interventionsmöglichkeiten sind daher besonders wichtig für die Zielgruppe. Laut der zugrunde liegenden Interpretation sehen Jugendliche oft wenige Möglichkeiten für politische Teilhabe und scheuen sich entsprechend auch bei starken pro-demokratischen Prägungen Haltung zu zeigen und sich zu engagieren, sei es auch nur in der verbalen Auseinandersetzung.

Diese Anforderungen an das Material – die haptische Dimension und Präsenz von Objekten, die visuell ansprechende Gestaltung des Materials und die Herstellung von Freiräumen für politische Teilhabe – führten zur spezifischen Beschaffenheit und Ausrichtung der Intervention Sets.

ERKENNTNISSE ÜBER WIRKUNG UND ZUSAMMENSETZUNG

Alle Befragten, die die Möglichkeit hatten beide Sets bei Tagungen, in Vorträgen und Workshops vorzustellen, berichten von der großen Resonanz, auf die das Format bei Multiplikator*innen stößt. Das entwickelte Modell der Sets wirkt auf diese Zielgruppe ansprechender als herkömmliche Broschüren, und die Sets werden von ihnen als sehr nah an den Lebenswelten von Jugendlichen, die ihnen in der Jugendarbeit und politischen Bildung begegnen, wahrgenommen. Die Erkenntnisse zur Weiterverwendung des Formats in anderen Kontexten werden später in diesem Bericht in Einzelheiten ausgeführt.

Referent*innen, die das Set „Ich mach was gegen rechts!“ im Rahmen von Workshops zu „Rechter Symbolik“ und „Vorurteile hinterfragen und abbauen“ sowie in Workshops zu den Themen „Muslimische Jugendkulturen“ und „AMR“ ausgeteilt haben, berichten von einem ähnlich starken anfänglichen Interesse bei Jugendlichen. Bei dieser Zielgruppe kommen die prägnanten Texte und Slogans auf den Karten und die Aufkleber, die eine Haltung direkt ansprechen, besonders gut an. Vereinzelt sorgen aber Bestandteile wie das Armband im „Ich mach was gegen rechts“-Set und die Sticker mit denglischen Sprüchen eher für Verwirrung, da die thematische Anbindung nicht immer schnell ersichtlich ist und manche der intendierten Effekte und Referenzen bereits als ‚veraltet‘ eingeschätzt werden, so das Armband in der einfarbigen Charity-Optik und Haptik und die Verweise auf spezifische kulturelle Erzeugnisse wie auf den Film „Er ist wieder da“ (2015), die von den Jugendlichen als irrelevant oder uninteressant eingeschätzt werden.

Mehrere Referent*innen wünschen sich eine klarere Anleitung über die Verwendung als pädagogisches Material, da sie momentan das Set vorrangig als Weiterbildungsmöglichkeit nach ihren Workshops verwenden können und die Sets erst am Ende der Einheiten austeilen. Manche der Referent*innen hätten gerne mehr Input bei der Erstellung des Sets gehabt, um auch andere Bestandteile ihres pädagogischen Programms einarbeiten zu können – so z. B. bei Informationen zu Erkennungsmerkmalen und Häufigkeit rechter Symboliken⁵. Herr Dottermusch, der auch als Konsultant an der Konzeption von „STOP AMR“ mitgearbeitet hat, erstellt momentan ein modulares Programm für die Verwendung des Sets „STOP AMR“. Dieses wurde noch nicht fertiggestellt, kann aber in seinen Ansätzen als Vorbild für eine solche Anleitung zur Verwendung der Materialien in Workshops auch für andere Sets dienen.

⁵ Hier ist sich das Team bewusst, dass eine Ambiguität besteht. Einerseits sollen Jugendliche die Symbole erkennen können, andererseits sollen keine extremistischen Symbole gestreut werden.

Die Notwendigkeit, die Referent*innen früher im Prozess einzubinden, um die Verwendung in der Vermittlungsarbeit vor Ort zu erleichtern, sehen auch die anderen Befragten, die am Programm Culture on the Road arbeiten. Einerseits wurde die Expertise des Referenten zu AMR, Herr Dottermusch, von allen Mitgliedern des Konzeptionsteams „STOP AMR“ sehr hoch eingeschätzt. Das Team spricht sich allerdings auch für mehr Expert*innen pro Konzeptionsteam aus, damit spezifische Arbeitsschritte im Sinne der Arbeitsteilung nicht blockiert werden und auch mehr unterschiedliche Perspektiven eingebunden sind. Das ist vor allem in Themengebieten sehr wichtig, bei denen die Mehrheit des Teams aus Menschen besteht, die selbst nicht von der behandelten Diskriminierungsform betroffen sind. Mehrere Mitglieder des Konzeptionsteams glauben, dass mehr Pädagog*innen im Erstellungsteam einen wichtigen Beitrag leisten können, um die Didaktik der Sets weiter zu verbessern. So könnte das Erstellungsteam funktionelle Bausteine in die

Gestaltung aufnehmen, deren Notwendigkeit es sonst möglicherweise nicht antizipiert hätte. Eine klarere Vergabe von Qualifizierung und entsprechender Verantwortlichkeiten für einzelne Aufgaben bei Konzeption und Testphase könnte zudem den Designprozess beschleunigen.

Idealerweise müssten Workshop-Angebote bei der Fertigstellung des Sets parallel fertiggestellt sein, um die Anwendungsmodalitäten auch für breiter aufgestellte Referent*innen-Teams klarer zu gestalten. So können auch Bedürfnisse aus pädagogischer Sicht direkt in das Design einfließen. Da einzelne Sets sich unterschiedliche Zielgruppen-Ziele stellen, ist es sehr wichtig, die Nachfrage für ein bestimmtes Thema im Voraus schätzen zu können und wenn notwendig bewusste Akquise zu betreiben. Hier reicht eine nachfrageorientierte Koordination nicht aus, sondern es müssen weitere Schritte unternommen werden, um eine Nachfrage an geeigneten Stellen zu schaffen, die der Zielgruppen-Erreichung entsprechen.



PROTOTYP 1

„ICH MACH WAS GEGEN RECHTS!“,
EIN SET GEGEN RECHTSEXTREMISMUS

KONZEPT

SITUATION, AUF DIE DAS SET REAGIERT

Das Archiv der Jugendkulturen stellte in den Jahren 2014 und 2015 fest, dass Erscheinungen des Rechtspopulismus im gesellschaftlichen Diskurs eine immer größere Rolle spielen.

Gleichzeitig ist die Prävention von Rechtsextremismus ein langjähriger Schwerpunkt der Arbeit des Archivs, und es erschien logisch, die angesammelte Expertise aufzugreifen. Basierend auf dem GMF-Modell und der empirischen Arbeit im Zuge der Studien „Deutsche Zustände“⁶ greift das Set ebenfalls die Erkenntnis auf, dass es sich bei Rechtsextremismus um ein chronisches Problem in der Bundesrepublik Deutschland handelt. Die Einsicht, dass Rechtsextremismus kein Randphänomen ist, und die Erfahrungen des Archivs im Bereich der politischen Bildung weisen darauf hin, dass Jugendliche immer wieder in ihren Lebenswelten mit rechtsextremistischen und rechtspopulistischen Inhalten konfrontiert werden. Es handelt sich trotzdem um ein Tabu, das es gilt in unterschiedlichen Kontexten zu brechen.

ZIELGRUPPE

Bei der primären Zielgruppe einigte sich das Team dem Grundkonzept entsprechend auf Jugendliche zwischen 13 und 18 Jahren, mit dem Hintergedanken, dass auch junge Menschen bis 27 Jahre angesprochen werden können. Multiplikator*innen, die das Thema in ihren jeweiligen Kontexten ansprechen wollen, sind ebenfalls Teil der Zielgruppe. Sie bekommen mit dem Set eine Anleitung über Strategien und Ressourcen, die sie Jugendlichen empfehlen können, die in ihrem Alltag mit rechtsextremistischem Gedankengut konfrontiert werden.

ZIELSETZUNG

Das Set „Ich mach was gegen rechts!“ hat zum Zweck über Kontexte zu informieren, in denen rechtsextremistisches Gedankengut auftreten kann. Bei der Zielgruppe soll eine Auseinandersetzung mit der eigenen Handlungsweise hervorgerufen werden – „wie verhalte ich mich, wenn ich mit rechtsextremistischen Argumentationsmustern in Kontakt komme?“. Das Set weist Handlungsmöglichkeiten in Situationen auf, in denen Jugendliche sonst keinen Handlungsspielraum sehen. Schließlich kennen Jugendliche idealtypisch mehrere Möglichkeiten, um gegen rechts zu intervenieren, lehnen rechtsextreme Inhalte ab und können sicher darauf reagieren, ohne ihre Sicherheit zu gefährden.

AUSGANGSLAGE BEIM BETRACHTER

Eine Grundannahme ist, dass ein gesellschaftlicher Konsens besteht, laut dem Rechtsextremismus keinen Platz in einer Demokratie hat – ein Konsens, auf den sich Jugendliche berufen können. Es werden Settings behandelt, in denen sich Jugendliche immer wieder finden, in denen rechtsextreme Symbole und Äußerungen vorkommen, in der Öffentlichkeit, aber auch im Freundeskreis und in der Familie. Es handelt sich um ein Werkzeug der primären Prävention, nicht der sekundären Prävention, wenn bereits eine Affinität zu rechtsextremen Gedankenmustern besteht.

Bei Multiplikator*innen richtet sich das Set an Menschen, die das Thema explizit ansprechen und einen Dialog über verschiedene Rahmen erzeugen wollen, in denen man sich gegen Rechtsextremismus zur Wehr setzen kann. Basierend auf Erfahrungen aus der politischen Bildung wurde ein leichter Einstieg als Herangehensweise gewählt, um möglichst viele Menschen anzusprechen. Eine grundsätzliche Offenheit aktiv zu werden wird vorausgesetzt. Handlungsoptionen, um sich zu positionieren, werden aufgezeigt.

ANGESTREBTE WIRKUNGEN

Hauptwirkungen des Sets sind Wissensvermittlung, Selbstreflexion und Beratung bei dem vorhandenen Wunsch aktiv zu werden – die Postkarten tragen hierfür die entscheidende Vermittlungsrolle. Handlungsoptionen werden vorgestellt, die es ermöglichen mit rechter Gewalt und rechtsextremistischem Gedankengut im Alltag umzugehen. Die Vermittlung findet über

⁶ „Deutsche Zustände“, Band 1-10, Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.): Rezensionen erhältlich unter <http://bit.ly/2CoNwcl> (zuletzt aufgerufen am 13.12.2017)

die Karten und das Aktionsmaterial in Form von Aufklebern, Stencils und eine Anleitung zum Bau einer „Braunen Tonne“ aus Karton, in der man Propagandamaterial entsorgen kann, statt.

Eine wichtige Nebenwirkung ist Empowerment und die Stärkung des Gefühls der Selbstwirksamkeit, um Ohnmacht zu vermeiden. Das wird durch die Karten, das Armband und die Aufkleber begünstigt. Das Armband soll dabei als Mutmacher und Sicherheitsanker wirken, was auch durch die starke Haptik und die eher dezente Optik unterstrichen werden soll. Das Armband soll keine offene Provokation sein, sondern den Träger*innen ein Gefühl der Selbstsicherheit geben, um sich rechts-extremistischen Äußerungen zu widersetzen. Die haptische Erfahrung soll die Erfahrung des „Festhaltens“ an der eigenen Haltung verstärken. Aufkleber mit denglischen Sprüchen sollen auch als Mutmacher in der eigenen Empörung wirken; sie sind kein Erkennungszeichen für Gleichdenkende, sondern dienen als eventueller Diskussionsimpuls. Unterstützung und Beratung sollen den psychischen Druck verringern, ohne dass Jugendliche sich in Gefahr begeben müssen.

Die Kreativität soll mit den Aktionsmaterialien zum Selbst-Basteln als Instrument der eigenen Ermächtigung gefördert werden. Sticker und Stencils können als Werkzeug für Self-Empowerment genutzt werden, mit denen man der Öffentlichkeit und sich selbst Haltung suggerieren kann. Die Stencils im Besonderen sollen die eigene Kreativität fördern – sie können zum Sprühen auf Beutel, T-Shirts und die „Braune Tonne“ benutzt werden. In der braunen Tonne kann man Propaganda-Materialien entsorgen. Sticker können beispielsweise auf eigene Gegenstände geklebt werden. Um Möglichkeiten zur Selbstentfaltung anzubieten, besteht einer der Sticker aus einer weißen Fläche, die selbst bemalt und beschriftet werden kann.

Die Wirkungen sollen sich parallel entfalten und folgen keiner bestimmten Reihenfolge im Sinne einer Theory of Change. Das pädagogische Material ist als Begleitformat zu Workshops geplant, was eine flexible Akzentsetzung auf unterschiedliche Wirkungen ermöglicht.

ERKENNTNISSE ÜBER DIE WIRKSAMKEIT

ERKENNTNISSE ÜBER DAS KONZEPT UND DIE ALLGEMEINE VERWENDUNG

In der Praxis erwies sich das Set bei Veranstaltungen als besonders ansprechend für 14- bis 16-Jährige. Der Produktdesigner Harald Kollwitz erklärt sich das als logische Konsequenz, denn „das ist das Alter, in dem sich Jugendliche zum ersten Mal Gedanken über politische Fragen machen und erst die politische Dimension ihres Handelns entdecken“.

Bildungskoordinator Martin Gegenheimer, der die Veranstaltungen organisiert, bei denen das Set zum Einsatz kommt, weist darauf hin, dass die meisten Sets in schulischen Settings vor allem in den 8. bis 11. Jahrgangsstufen an Jugendliche gelangen.

Einzelne Mitglieder des Erstellungsteams und Referent*innen geben zu bedenken, dass sich das politische Klima seit der Fertigstellung verändert hat, mit einer verstärkten Polarisierung der Gesellschaft, was eine Annäherungsweise mit ausführlicherer Überzeugungsarbeit und Sensibilisierung nahelegen würde. Die ursprünglich gewählte Selbstwirksamkeitsrhetorik, bei der Mut

zu Äußerungen gegen Rechtsextremismus geübt wird und Solidarisierung mit Menschen, die sich dagegen positionieren oder darunter leiden, angestrebt wird, ist weiterhin ein wichtiger Bestandteil. Sie ist in diesem Kontext gestiegener gesellschaftlicher Spannung weiterhin sehr wichtig. Die Vermittlung ist aber erschwert, wenn die Zielgruppe größere Schwierigkeiten hat, sich auf den Grundkonsens der Demokratie zu berufen. Bei der praktischen Anwendung durch Referent*innen sollte deswegen in Zukunft verstärkt auf die Sensibilisierung für perfide rechtspopulistische und rechtsextremistische Argumentationsstrategien geachtet werden, um sich der gezielten Abwertung grunddemokratischer Prinzipien und einzelner gesellschaftlicher Gruppen zu widersetzen.

Martin Gegenheimer bemängelt, dass die meisten Sets in der Praxis erst am Ende von Workshops ausgeteilt wurden und deswegen im Setting der Fortbildung selbst vielleicht nicht ausführlich genug kommentiert werden konnten. Trotzdem schätzt er die Wissensvermittlung als sehr erfolgreich ein. Auch das Potential für praktische Hilfestellungen für Multiplikator*innen sieht er als gegeben.

Die Expertise des Archivs im Themenfeld und die Rückkopplungsschleife mit den Workshops erwiesen sich bei der Konzeption als besonders hilfreich. Auch konnten Ressourcen aus dem Bestand des Archivs genutzt werden.

Die Erfahrung des Archivs, solche innovativen Projekte anzugehen, erwies sich laut der Mehrheit der Befragten als große Stärke, denn es war große Flexibilität gefragt, um das Set nach unterschiedlichen Feedback-Schleifen mit Vertreter*innen der Wissenschaft, Kooperationspartner*innen und Stichproben mit der Zielgruppe entsprechend anzupassen.

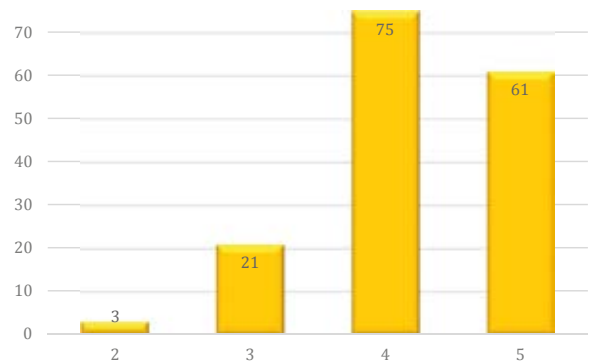
Für den Produktdesigner erwies sich der fluide pädagogische Überbau allerdings als Schwierigkeit bei der Konzeption, sodass jeder neue Entwurf neu diskutiert werden musste. Dass die Strategie des Heranreichens im Rahmen von Workshops und bei Veranstaltungen von Kooperationspartner*innen erst im Laufe der Zeit nach der Erstellung des Sets entwickelt wurde, bewerteten die meisten Befragten als mühsam.

Auch wenn die thematische Expertise im Team hoch und das Arbeitsklima ein sehr fruchtbares ist, wird empfohlen, in Zukunft weitere Expert*innen, die Erfahrung mit der Entwicklung von vielfältigen pädagogischen Materialien haben, einzuladen. Die Referent*innen, die für die Verwendung des Sets vorgesehen sind, könnten hier auch Abhilfe schaffen und im Voraus klarere Leitlinien für die Anwendung des Sets mitentwickeln. Die Ausformulierung des Verwendungsrahmens und der Veranstaltungs-Modalitäten sind in Zukunft als Priorität zu betrachten, um die Anbindung zu existierenden erfolgreichen Workshop-Konzepten des Themenfeldes sicherzustellen.

Die Vernetzung der Institution, die bereits angebotenen Workshops als begleitendes Modell, Kontakte mit Kooperationspartner*innen und das gute Ansehen führten laut dem Koordinator Martin Gegenheimer zu einer raschen Verteilung vieler Sets. Er berichtet, dass Workshop-Angebote, bei denen die Sets in die Arbeit integriert werden, sehr angefragt sind, kann aber keine Steigerung der entsprechenden Buchungen feststellen, die sich allein aus der Verwendung der Sets erklären würde. Er bekam jedoch positives Feedback von mehreren langjährigen Kooperationspartner*innen, die sich ausdrücklich wertschätzend zum Set äußerten.

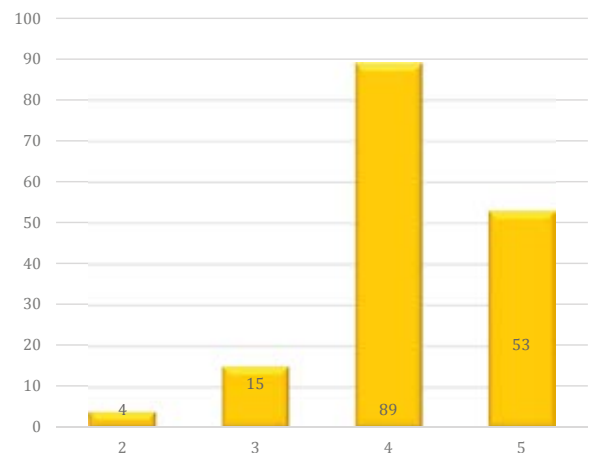
ERKENNTNISSE ÜBER EINZELNE WIRKUNGEN UND ELEMENTE

Diese allgemein positive Einschätzung wird durch die quantitativen Befragungsdaten gestützt.



Gesamteinschätzung des Sets

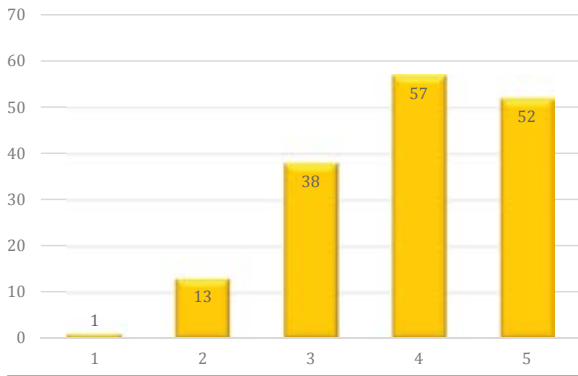
Die große Mehrheit der Befragten, 136 von 164 Befragten, schätzt das Set als insgesamt ansprechend und gelungen oder sehr ansprechend und gelungen ein.



Das Set ist informativ

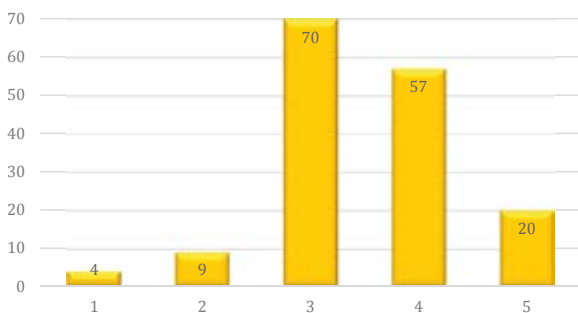
Das Ausmaß der Wissensvermittlung wird auch überwiegend positiv gewertet. Hier stimmen 152 der 164 Befragten eher zu, dass das Set informativ ist. Dazu tragen die Postkarten sowie die angebotenen Links bei.

Die Fähigkeit des Sets (Selbst-)Reflexion zu inspirieren wird von 109 Befragten als eher gegeben eingeschätzt. Das ist ein guter Erfolg, der auf die präzise Ausformulierung der Texte hinweisen könnte.

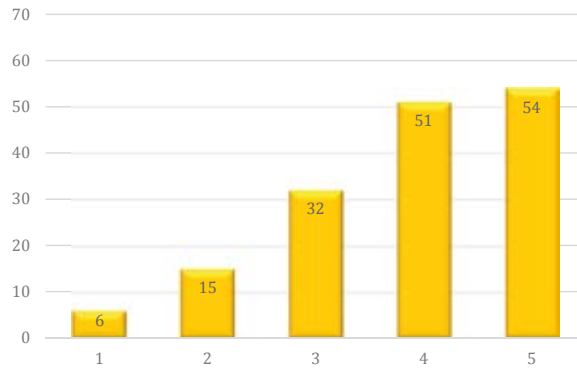


Das Set regt zum Nachdenken an

Das Ausmaß, in dem das Set zum Aktivwerden animiert, wird gemischer wahrgenommen. Einerseits werden die Handlungsoptionen vor allem von Multiplikator*innen, als sehr realistisch eingeschätzt. Referent*innen halten fest, dass Zivilcourage zwar in der Schule oft thematisiert wird, dass aber oft Ansätze fehlen, um Zivilcourage in alltäglichen Kontexten zu beweisen, was zu einem verstärkten Thematisieren dieser Wirkung in den Workshops geführt hat. Andererseits scheint ein beträchtlicher Teil der Befragten entweder keine Notwendigkeit zu sehen sich in ihren Kontexten gegen Rechtsextremismus zu wehren – vielleicht, weil dies ihrer Charakterstruktur nicht entspricht, vielleicht, weil das Thematisieren im schulischen Kontext hier Resistenzen hervorgerufen hat, vielleicht aber auch, weil sie nicht oft damit konfrontiert werden. Ein weiterer Erklärungsansatz ist, dass die vorgestellten Möglichkeiten schlicht nicht zu überzeugen vermögen. Hier könnte eine vertiefte Befragung in der nächsten Version des Fragebogens über die Gründe einer eventuellen bescheidenen Einschätzung Einblicke verschaffen.



Das Set motiviert aktiv zu werden



Bestandteile des Sets werden weitergegeben

105 der Befragten schätzen, dass die Wahrscheinlichkeit groß ist, dass sie einzelne Bestandteile des Sets an andere weitergeben werden. Das wird durch das lose Format und die allgemein ansprechende Aufmachung des Sets begünstigt.

Die Postkarten wurden von den Befragten als das Element bewertet, das im Set am besten gelungen ist – es gefällt 128 aller 164 Befragten gut oder sehr gut.

Das Aufkleber-Set gefällt 111 der 164 Befragten gut oder sehr gut, und immerhin 91 haben vor die Aufkleber auch zu verwenden.

Die Stencil-Vorlage gefiel 106 der 164 Befragten, allerdings folgte daraus nicht unbedingt die Bereitschaft die Stencils zu verwenden. Hier waren die Absichten sehr gemischt mit einem Median von 43 der Befragten, die die mittelmäßige Wertung gewählt haben, die sich also unsicher waren, ob sie die Stencils verwenden werden oder nicht.

Das Armband gefiel 109 der Befragten, doch lediglich 73 hatten die Absicht, es mit einer hohen oder sehr hohen Wahrscheinlichkeit zu tragen.

Immerhin knapp die Hälfte der 164 Befragten, 83 Personen, haben angegeben, dass sie die vorgestellten Links zur Weiterinformation anklicken werden.

Die qualitativen Interviews und Kommentare aus den Evaluationsbögen liefern Interpretationsansätze für diese Ergebnisse. Die Texte der Postkarten wurden bei Tagungen als besonders treffend, knapp und präzise gewertet und die Handlungsoptionen als besonders alltagsnah und realistisch gelobt. Auch das illustrierende Fotomaterial wurde als nah an den Lebenswelten der Zielgruppe bezeichnet. Die Karten scheinen die größte Stärke des Sets darzustellen, die mit Hintergrundwissen und unter der wissenschaftlichen Begleitung von Prof. Dr. Andreas Zick und Prof'in Dr. Nicolle Pfaff entwickelt wurden und sowohl verschiedene Ansätze kombinieren, als auch verschiedene Strukturfelder ansprechen.

Die Aufkleber wurden allgemein als ansprechend gewertet, aber von älteren Befragten der Zielgruppe als teilweise zu kindlich eingeschätzt. In den Evaluationsbögen finden sich Hinweise darauf, dass die Zielgruppe eher bereit ist, die Aufkleber auch zu verwenden und weiterzugeben, wenn mehrere Exemplare des gleichen Motivs angeboten werden. Einerseits wurden die Sprüche in „Denglisch“ als eine Möglichkeit gewertet, das Thema auch in ungewöhnlichen Kontexten wie

im Englischunterricht anzusprechen. Andererseits wurden sie von der Zielgruppe laut einer Referentin mit der Zeit als ein immer weniger aktueller Trend wahrgenommen, der zunehmend etwas von seinem Reiz verliert. Auch war die thematische Anbindung nicht immer klar, was zum Teil Verwirrung erzeugte. Der Aufkleber zum Selbstgestalten stellte eine Herausforderung dar, der die meisten Befragten nicht gewachsen waren. Referent*innen sehen darin aber ein Potenzial, wenn die Gestaltung als Teilaktivität eines Workshops stattfindet.

Die sehr gemischte Aufnahme der Stencils legt nahe, dass sie nur für einzelne, bereits kreativ veranlagte Jugendliche von Interesse sind. Manche Referent*innen beobachteten, dass die Zielgruppe beim Ausschneiden und bei der Verwendung der Stencils leicht frustriert war. Auch hier erwiesen sich die Referenzen an den Film „Er ist wieder da“ als etwas überholt.

Das Armband erzeugte gemischte Reaktionen, was sich auch in den Kommentaren in den Fragebögen widerspiegelt. Auch wenn es getragen wurde, war für viele die Aussage „Be Different“ zu ambivalent.



PROTOTYP 2

„STOP AMR, STOP ANTIMUSLIMISCHEN RASSISMUS“

KONZEPT

ZIELGRUPPE

Die Zielgruppe auch für diesen zweiten Prototyp des Intervention Sets waren ebenfalls Jugendliche zwischen 13 und 18 Jahren, junge Erwachsene und Multiplikator*innen.

Die Besonderheit bei diesem Set war, dass nicht nur junge Menschen, die von AMR selbst betroffen sind, angesprochen werden sollten. Auch junge Menschen, die nicht betroffen sind, sollten sensibilisiert und inspiriert werden, und zwar in einer Umgebung, in der sie bereits mit Vorurteilen und Fake News über muslimische Menschen oder Menschen, die aufgrund ihrer Familienherkunft oder ihres Aussehens als vermeintlich muslimisch eingestuft werden, in Kontakt getreten sind.

SITUATION, AUF DIE DAS SET REAGIERT

Das Set reagiert auf wachsende Ressentiments gegenüber Menschen muslimischen Glaubens und Menschen, die für muslimisch gehalten werden. Am Anfang steht die Erkenntnis, dass die Teilhabe am gesellschaftlichen Diskurs für solche Menschen nicht zu hundert Prozent gegeben ist. AMR diskriminiert Menschen aufgrund ihrer tatsächlichen oder vermuteten Zugehörigkeit zum Islam. Sie werden pauschal beurteilt, ausgegrenzt, abgewertet oder schlicht unsichtbar gemacht, indem ihre Perspektiven nicht beachtet werden.

Das Thema AMR wurde auch von Auftraggebern als Schwerpunkt im Jahr 2016 gesehen. Zudem wies die wissenschaftliche Empirie auf einen allgemeinen Anstieg von Rassismus sowie von AMR im Besonderen hin, auch in Kontexten der politischen und gesellschaftlichen Veränderungen in Deutschland in den Jahren 2015 und 2016. Parallel beobachtete man einen Anstieg von Rechtspopulismus, besonders deutlich in den Handlungen der PEGIDA-Bewegung.

ZIELSETZUNG

In diesem Kontext hat das „STOP AMR“-Set auch das Ziel des Agenda Setting, bei dem der Begriff AMR auch außerhalb der Wissenschaft popularisiert werden soll und Lebenssituationen illustriert werden sollen, die gewöhnlich nicht im Fokus der Medien und der schulischen Diskurse stehen.

Ein Ziel ist es, betroffenen Jugendlichen Empowerment anzubieten. Zudem sollen nicht-betroffene

Teile der Zielgruppe eine Sensibilität für Diskriminierungserfahrungen von muslimischen oder vermeintlich muslimischen Jugendlichen bekommen. Solche Dilemmata für Menschen muslimischen Glaubens oder Menschen, die vermeintlich zum muslimischen Kulturraum gehören, sollen für andere nachvollziehbar werden.

Zusammenfassend handelt es sich um Sensibilisierung und primäre Prävention von Diskriminierung, Empowerment für Betroffene, Sensibilisierung für Multiplikator*innen und Anregung, sich mit dem Thema zu beschäftigen.

AUSGANGSLAGE BEI DEN BETRACHTER*INNEN

In den unterschiedlichen Zielgruppen wird kein Vorwissen vorausgesetzt.

In den Momenten, in denen sich das Set an Menschen muslimischen Glaubens wendet, soll es als Hilfeleistung dienen und Diskriminierung ganz direkt ansprechen, weil die Prämisse ist, dass die Opfer der Diskriminierung wegen rassistischer Mechanismen unsichtbar gemacht werden. Ein Sichtbar-Machen ihrer Belange sollte bei Jugendlichen, die sich bereits kritisch mit ihrer Rolle in der Gesellschaft auseinandersetzen, Früchte tragen, als auch bei solchen, die sich diese Fragen noch nicht gestellt haben. Hier ermöglicht das Set sich von Erwartungshaltungen zu emanzipieren und eigene Rechte wahrzunehmen.

Bei Nicht-Betroffenen wird kein Vorwissen über den Islam vorausgesetzt. Unbewusste Diskriminierung mag möglicherweise bei Teilen der Gruppe vorhanden sein. Die Annahme ist, dass die Toleranz für andere Lebensentwürfe eher gering ist (was angesichts des jugendlichen Alters der Zielgruppe und ihres Bedürfnisses nach Selbstbehauptung auch nicht überraschend ist), dass aber ein Verständnis für eine multikulturelle Gesellschaft besteht.

ANGESTREBTE WIRKUNGEN

Das Set wirkt durch Selbstreflexion der eigenen Welt und der vorhandenen Ausschlussprinzipien und Privilegienverteilung. Durch den Transfer fremder Lebensrealität werden Vorurteile idealerweise entkräftet. Eine Änderung der Denkmuster führt dann idealtypisch zur Verhaltensänderung.

Verständnis für einander wird angestrebt. Gleichzeitig sollen aber auch Verständnis und Akzeptanz

von unterschiedlichen Lebenswelten entstehen – auch in Fällen, in denen sich die persönliche Bewertung einzelner Lebensumstände stark unterscheidet.

Am Beispiel des Kopftuch-tragenden Mädchens wird eine Heterogenität der Gruppe der Menschen, die als muslimisch wahrgenommen werden, aufgezeigt. Verschiedene Gründe für die eigene Kleidungswahl werden eingeführt: Mode, Identifikation mit einer Kultur oder Gewohnheit – neben den vorurteilsbehafteten Begründungen Druck in der Familie oder hohe Religiosität. Das Set soll hier einen Dialog nahelegen: „Wie ist das bei dir?“.

Neben Sensibilisierung und Aufklärung werden Möglichkeiten aufgezeigt, wie man gegen AMR intervenieren kann: durch Aktionen zur Solidarisierung oder Empowerment für Betroffene.

Rationale und emotionale Ansprache sollen interagieren, gepaart mit Humor und nicht mit Dogmatik oder Anklage. So soll ein beidseitiger Perspektivwechsel möglich werden.

Betroffene sollen gestärkt und ermuntert werden, ihnen soll die Last genommen werden, etwas zu erklären, was eine Selbstverständlichkeit im Rahmen von respektvollem Umgang ist. Dazu

sollen sie die Bestandteile des Sets nutzen, um ihre Sichtweise zu illustrieren.

Nicht-Betroffene sollen geschult werden, bewussten und unbewussten Rassismus im eigenen und im Verhalten und Sprachgebrauch anderer zu erkennen. Dies führt zu Sensibilisierung, was wiederum zur Reflexion führen soll. Schließlich provoziert das Set idealerweise eine Verhaltensänderung.

Allgemein sollen zunächst Aufmerksamkeit, Irritation und Interesse dazu führen, dass Rassismus-Strukturen bewusst wahrgenommen werden. Darauf folgen idealtypisch Nachdenken und Hinterfragen, Ablehnung von AMR und die Wahrnehmung des Angebots aktiv zu werden und/oder sich zu solidarisieren.

Dabei spielen die Karten eine wichtige Rolle für die Wirkungen Empowerment und Sensibilisierung; Dogtag und Aufkleber sollen zum Aktiv-Werden oder Haltung-Zeigen animieren und aufzeigen, wie man sich solidarisieren kann.

Die Anleitung zum Stencil-Basteln und der Auftritt auf der Blogplattform tumblr sollen Kreativität fördern und weitere Handlungsanweisungen für eine Aktion anbieten.

ERKENNTNISSE ÜBER DIE WIRKSAMKEIT

ERKENNTNISSE ÜBER DAS KONZEPT UND DIE ALLGEMEINE VERWENDUNG

Die Diskussionsoffenheit im Team und die Expertise des Konsultanten Herr Dottermusch wurde von allen Mitgliedern des Teams als besonders begünstigend für die Erstellung des Sets eingeschätzt, vor allem in Hinblick auf die Wissensvermittlung und die Empowerment-Strategien. Ein klarer Vorteil war auch, dass der Konsultant als Referent für das Set agiert. Herr Dottermusch ist bereits seit 2012 Teil des Teams von Culture on the Road als Referent für Muslimische Jugendkulturen, was ihm auch eine Expertise im Bereich der jugendlichen Ansprache bescheinigt, auch wenn er primär in der Erwachsenenbildung tätig ist. Die wissenschaftlichen Feedbackrunden mit der Arbeitseinheit Sozialpsychologie der Fakultät für Psychologie der Ruhr-Universität-Bochum waren auch bei dieser Set-Entwicklung von großem Wert, vor allem angesichts der Tatsache, dass das Konzept stark überarbeitet werden musste, um der Spezifität des Themas gerecht zu werden.

Auch hier wäre weitere pädagogische Expertise, in Stadien, die der Produktionsphase vorausgehen, von Vorteil.

Wegen der schwierigen Gradwanderung zwischen Empowerment und Sensibilisierung musste das Konzept des ersten Intervention Sets für diesen zweiten Prototyp stark überarbeitet werden. Die anfängliche Überforderung, die darauf zurückzuführen war, dass AMR bis dahin kein Fokus der Arbeit des Archivs war, führte zu einer hohen Abhängigkeit vom Konsultanten, der aufgrund vielfältigen Engagements nicht seine geballte Aufmerksamkeit dem Set widmen konnte. Aufgrund von Zeitdruck wurde die Möglichkeit mehr Träger in das Projekt einzubeziehen nicht wahrgenommen, trotz guter Beziehungen zu mindestens zwei qualifizierten Trägern wie ufuq e. V. und der Kreuzberger Initiative gegen Antisemitismus (KIgA e. V.), die das Thema AMR ebenfalls behandeln. Das Konzipierungsteam ist zu großen Teilen nicht selbst von AMR betroffen, was die Einnahme einer souveränen Sprechposition erschwert, wenn

weiße Menschen, zu großen Teilen ohne jüngere Migrationsgeschichte, in diesem Kontext Handlungsmöglichkeiten für betroffene Jugendliche aufzeigen sollen. In Zukunft sollte sich diese selbst-reflexive Auseinandersetzung mit Machtpositionen auch in der vielfältigen Zusammenstellung der Konzeptionsteams widerspiegeln. Obwohl die jugendliche Zielgruppe mit einer Stichprobe in der Entwurfsphase inkludiert wurde, ist die weitere Involvierung von mehr Jugendlichen mit verschiedenen Hintergründen mit Blick auf die Repräsentativität der Zielgruppe empfehlenswert.

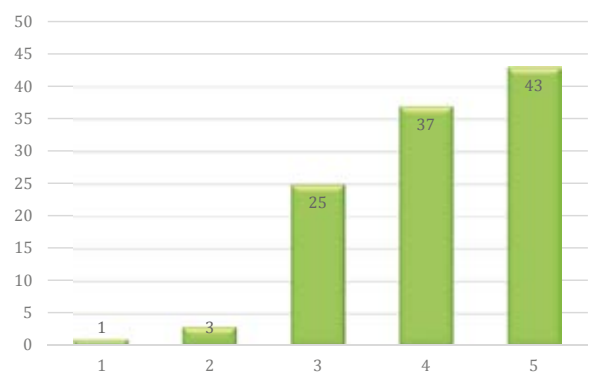
Begleitend zur Verwendung in Workshops wurde eine Aktionseinheit für Vorstellungen bei Tagungen und Konferenzen entwickelt: der sogenannte „Stencil-Action-Stand gegen AMR“, der beim Festival für digitale Jugendkultur TINCON und bei der Eröffnungsveranstaltung zur Woche des bürgerschaftlichen Engagements des BBE zum Einsatz kam. Diese Methode, bei der Gäste mit Stencils sprühen können, die sich thematisch an den Aussagen des Sets orientieren, erwies sich laut mehrerer Referent*innen als ein besonders einbindendes und erfolgreiches neues Modell.

Die Frage nach dem Anwendungsrahmen ist jedoch noch nicht vollständig gelöst: Bei welchen Veranstaltungen und Zielgruppen soll das Set verstärkt eingesetzt werden, welches detaillierte Begleitkonzept und welche Nachbearbeitung die Vorstellungen begleiten werden und wie das gezielte Angebot vermittelt werden soll, wird noch im Konzeptionsteam diskutiert und soll daraufhin schriftlich festgehalten werden, um die Zusammenarbeit auch mit anderen Referent*innen zu erleichtern. Die Notwendigkeit eines größeren Pools an Referent*innen ist gegeben, weil die Nachfrage nach Angeboten in diesem Themenfeld beständig wächst, laut dem Referenten und dem Koordinator auch als Folge der Vorstellung des Sets vor Multiplikator*innen.

Um die Wirkung des Empowerments vollständig entfalten zu können, hätte man mehr Akquise von Zielgruppen betreiben müssen, denn wie der Koordinator zugibt, waren unter den bisher erreichten Personen nur sehr selten Menschen anzutreffen, die von AMR betroffen sind.

Als äußerer Faktor, der die Erstellung begünstigt hat, ist vor allem die Unterstützung durch die Auftraggeber*innen, die die Wichtigkeit des Sets im gegenwärtigen politischen Klima erkennen, zu nennen. Das Thema AMR war nicht nur zum Zeitpunkt der Konzeption relevant, sondern verbleibt weiterhin sehr zeitgemäß und sehr polarisierend. Das beförderte die Anschlussfähigkeit des Projekts an den gesellschaftlichen Diskurs und das Interesse der Multiplikator*innen.

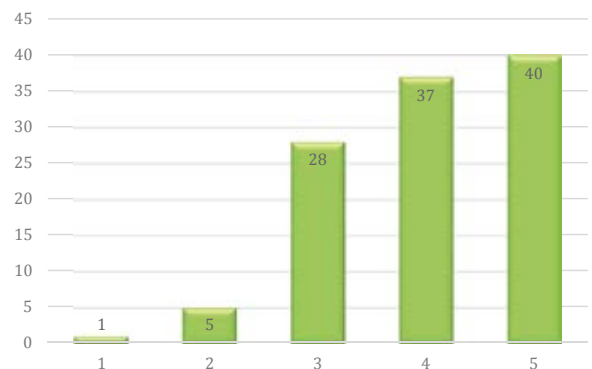
ERKENNTNISSE ÜBER EINZELNE WIRKUNGEN UND ELEMENTE



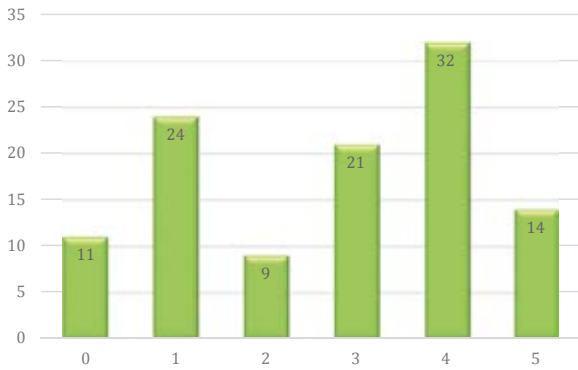
Gesamteinschätzung des Sets

Bei der Gesamteinschätzung des Sets anhand der ausgefüllten Evaluationsbögen wurde das „STOP AMR“-Set von 80 der 111 Befragten als gelungen oder sehr gelungen eingestuft. Damit ist eine allgemein hohe Ansprechbarkeit festzuhalten.

Als informativ oder eher informativ bewerteten es 77 von 111 Personen, was eine überzeugende Mehrheit darstellt.

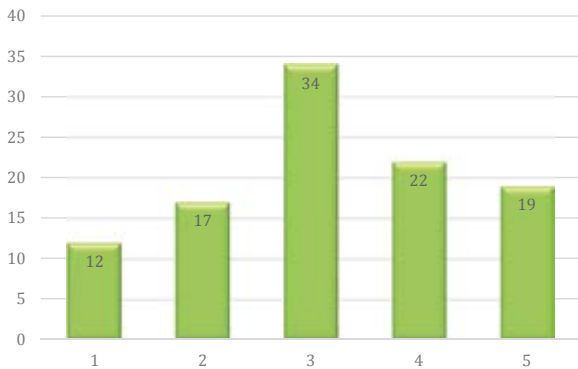


Das Set ist informativ



Das Set ist hilfreich für Betroffene

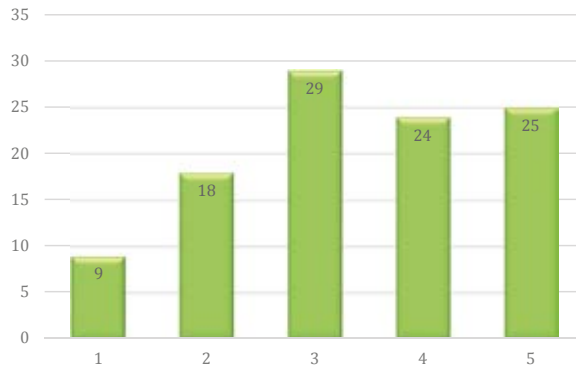
Als hilfreich für Betroffene konnten es lediglich 46 Personen der 111 Interviewten bewerten. In der dazugehörigen Illustration wurden bewusst auch die Werte für „keine Antwort“ angegeben. Viele der Kommentare auch bei schlechten Bewertungen weisen darauf hin, dass die große Mehrheit der Befragten sich nicht als betroffen einstufte.



Das Set motiviert aktiv zu werden

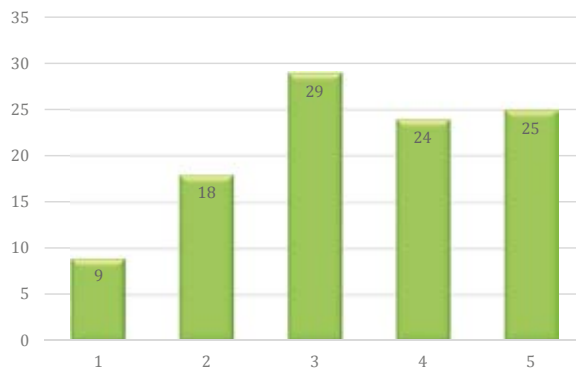
Die Bewertung der Aussage „Das Set motiviert aktiv zu werden“ war ebenfalls sehr gemischt, mit einem Median bei der Äußerung „stimmt mittelmäßig“, die von 34 Personen der insgesamt 111 Befragten gegeben wurde. Hier weisen die Kommentare darauf hin, dass die Transferleistung von Empörung zur Solidarisierung mit Geschädigten von der Zielgruppe nicht erbracht wurde, da wiederholt der Hinweis darauf kam, dass der oder die Befragte nicht selbst von AMR betroffen ist. Möglicherweise hat hierbei die Sprechposition der Karten, die aus Sicht der Diskriminierten gestaltet ist, eine Rolle gespielt.

Dieser Umstand leistet auch Ansätze zur Interpretation der Reflexionswirkung. 65 stimmten zu, dass das Set zum Nachdenken anregt, wobei hier ein stark gemischtes Bild gezeichnet wird.



Das Set regt zum Nachdenken an

Ebenso war die Bereitschaft Bestandteile weiterzugeben nicht sehr hoch, mit einem Median von 34, zugehörig zu einer mittelmäßigen Einstufung. Das könnte am Format der Postkarten bei dieser Set-Ausführung liegen. Diese sind mit einer Kette mit dem Dogtag verbunden. Die Kette ist zwar leicht zu lösen, aber die qualitativen Interviews weisen darauf hin, dass die Möglichkeit oft nicht wahrgenommen wurde. Eine Rolle könnte der bereits weiter oben ausgeführte Effekt des einzelnen Aufklebers spielen, der von der Zielgruppe nicht gerne verschenkt oder verwendet wird.



Elemente des Sets werden weitergegeben

Die große Mehrheit von 85 der 111 Befragten, die den Evaluationsbogen ausgefüllt haben, bewerten die Postkarten als geglückt oder sehr geglückt.

75 der Befragten gefällt der beigelegte Aufkleber, 63 können sich eine Verwendung vorstellen.

Das Dogtag wurde als Bestandteil nicht sehr gut aufgenommen. Auch wenn 75 Personen angeben, dass es ihnen gefällt oder eher gefällt, würden es lediglich 46 Personen nutzen. Rückwirkend betrachtet auch der Produktdesigner das Dogtag als zu geschmacksspezifisch.

Die Versuche eine Online-Interaktivität zwischen dem Set und den Zielgruppen zu entwickeln, waren nicht erfolgreich. Nur 46 Personen gefällt der Tumblr-Auftritt „STOP AMR“ mit dem Tutorial-Video, das aufzeigt, wie man Stencils selbst erstellen kann. Nur 36 der befragten 111 Personen würden dem QR-Code folgen und lediglich 14 der Befragten zeigen Bereitschaft, selbst mit dem tumblr-Auftritt zu interagieren.

Das Team bewertet das Aktionsmaterial rückwirkend als nicht umfangreich genug. Die Botschaft „STOP AMR“ wurde gewählt, um Zweideutigkeit und Missverständnisse zu verhindern, kommuniziert aber nicht viel außer des Begriffs AMR, der an sich nicht sehr bekannt ist.

Hier muss in Zukunft ein Kompromiss gefunden werden zwischen der Einführung des Begriffs AMR, der der breiten Öffentlichkeit nicht geläufig ist und dem prägnanten Aufruf, der durch

Aktionsmaterial transportiert werden soll. Dieses Ungleichgewicht kann allerdings durch die Erstellung eines weiteren Aktionselementes leicht behoben werden, indem z. B. einzelne, spezifischere Aussagen der Postkarten aufgegriffen werden.

Der Versuch Online-Interaktivität einzuführen war ein spannender Vorstoß, der nah an der Lebenswelt der Jugendlichen ist. Der Auswahl der Blogplattform tumblr ging allerdings keine ausreichende Recherche voraus. Diese Plattform lebt von der beständigen Produktion von Inhalten, dem sogenannten Content, und der Vernetzung zwischen Usern. Dem AdJ und dem Referenten fehlten die zeitlichen Ressourcen, um die Betreuung und die Bespielung dieser anspruchsvollen Plattform zu leisten. In diesem Zusammenhang erschloss sich vielen Befragten die Zweckmäßigkeit ihres möglichen Engagements mit diesem Angebot nicht unbedingt. Für die Zukunft wird empfohlen auf andere Online-Plattformen auszuweichen, die einen kleineren Bespielungsaufwand bedeuten, aber trotzdem ein aktivistisches Gemeinschaftsgefühl ermöglichen. Dafür sollte die Möglichkeit zur Verwendung von Instagram und Facebook geprüft werden.



EINGANG DES MATERIALS IN DIE PRAXIS
ANDERER TRÄGER DER JUGENDARBEIT
UND DER POLITISCHEN BILDUNG

Multiplikator*innen sind zwar nur eine Nebenzielgruppe für das Format Intervention Set, aber sie stellen in ihrer Rolle eine enorme Ressource dar, mit der die Wirksamkeit der Sets durch Weitergabe und Weiterverwendung potenziert werden kann. Da das innovative pädagogische Format nur dann seine Wirkung entfalten kann, wenn es Einzug in die Regelstrukturen der Jugendarbeit und der politischen Bildung erhält, ist es für die Zwecke dieser Analyse sehr wichtig die Stränge aufzuzeigen, die eine solche Weiterverwendung vorzeichnen.

Bereits im Jahr 2015 stellte die Stelle für Jugendarbeit, Jugendverbandsarbeit, Jugendsozialarbeit und erzieherischer Kinder- und Jugendschutz des Landkreises Elbe-Elster die Anfrage, das Set „Ich mach was gegen rechts!“ in ihre Arbeit einzuführen. Das AdJ stellte daraufhin die Entwürfe für das Set sowie eine eigens dafür entwickelte Anleitung zum Zusammenbauen bereit. So konnte der Landkreis einen eigenfinanzierten Nachdruck bewerkstelligen, um das Set in der eigenen Jugendarbeit anzuwenden.

Das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement bestellte im Jahr 2015 50 Exemplare des Sets „Ich mach was gegen rechts“ für die Verwendung in seinem Weiterbildungsangebot Civil Academy. Im Jahr 2016 bestellte die Civil Academy 30 der letzten verfügbaren Sets gegen Rechtsextremismus und 50 Stück des Sets „STOP AMR“.

Bei zahlreichen Infoständen und Tagungen des BMFSFJ, der bpb und des Netzwerks „Schule ohne Rassismus“ werden Sets ausgeteilt, erläutert und beworben.

Bei diesen Verwertungsmöglichkeiten ist allerdings auch ein Black-Box-Effekt zu beobachten, bei dem das Archiv die Ergebnisse, die aus der Weiterverwendung der Sets, hervorgehen, nicht im Sinne der Wirksamkeit beobachten kann. Robuste und flexible Workshop-Modalitäten, die die Sets als Anleitung begleiten, könnten auch in diesem Sinne eine Verbesserung darstellen.

Eine sehr spannende Möglichkeit die Innovationsideen weiterzuvermitteln und in die Regelpraxis zu tragen, ergibt sich aus einer Anfrage des Vereins Multikulturelles Forum Lünen e. V., die sich aus der Wertschätzung für die Intervention Sets ergeben hat. Es wird ein Austausch geplant, bei dem Formate zur alternativen und jugendgerechten Gestaltung von Bildungsmaterialien besprochen werden sollen. Dabei werden Mitglieder des Konzeptionsteams „Intervention Set“ Methoden und Herangehensweisen aus der Praxis vermitteln, auf Herausforderungen zu sprechen kommen und die Ergebnisse der gegenwärtigen Analyse für die Praxis weitergeben. Diese Art der Kooperation sollte in Zukunft unbedingt fortgesetzt und ausgeweitet werden, weil sie der Vermittlungsfunktion als bundeszentraler Träger perfekt entspricht.









ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Das Intervention Set als neues Modell politische Bildung zu vermitteln, stellt einen vielversprechenden Ansatz dar, materialbasiert Anreize zu vermitteln. Seine Wirksamkeit kann allerdings durch einige Prozessänderungen, vor allem bei der Konzeption, deutlich verbessert werden.

AUSMASS DER WIRKSAMKEIT

Grundsätzlich wird das Format der Sets als ansprechend bis sehr ansprechend wahrgenommen. Beide Prototypen wurden von Archivmitarbeiter*innen, Referent*innen, Kooperationspartner*innen, Wissenschaftler*innen sowie den Zielgruppen der Multiplikator*innen und der Jugendlichen als sehr informativ eingeschätzt. Nachdem das Set eine anfängliche Neugierde für das Thema erzeugt und ein Perspektivwechsel bereits stattgefunden hatte, wurden die Möglichkeiten zur Weiterinformation in Webangeboten wahrgenommen.

Trotz des leichten Einstiegs und intensiver haptischer Erfahrung schaffen es die Sets Impulse zu vermitteln, die zum Nachdenken und zur Selbstreflexion anregen. Im Falle einer sehr vielfältigen Zielgruppenzusammenstellung wie beim Set „STOP AMR“ muss allerdings verstärkt auf die unterschiedlichen Hintergründe und das variierende Vorwissen der individuellen Rezipient*innen geachtet werden. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Transferleistung, bei der das eigene Handeln und der eigene Sprachgebrauch hinterfragt werden, von unterschiedlichen Teilen der Zielgruppe gleichsam erbracht wird.

Eine Sensibilisierung für die Themen findet allgemein statt, auch wenn Solidarisierungsimpulse mit Betroffenen basierend auf dieser Befragung vorerst nicht festgestellt werden konnten. Die Handlungsoptionen, um sich gegen die Diskriminierungsphänomene zur Wehr zu setzen, wurden als alltagsnah und realistisch eingeschätzt. Ob darüber hinaus die Sets die Zielgruppe dazu motivieren aktiv zu werden, ist aufgrund der bisherigen Auswertung nicht einzuschätzen. Das Format erweist sich als flexibel anpassbar, um unterschiedlichen Symptomen von GMF zu begegnen, auch wenn diese Anpassung für das Konzeptionsteam bei jeder neuen Themensetzung der Sets mit viel Rechercheaufwand verbunden ist und eine sich stets wandelnde Herangehensweise voraussetzt.

WIRKSAMKEIT DER EINZELNEN BESTANDTEILE

Multiplikator*innen fanden die Möglichkeiten zur kreativen Entfaltung, die die Sets im Rahmen von pädagogischer Vermittlung nahelegen, besonders spannend. Die Gestaltung mit Stencils und die Arbeit mit frei gestaltbaren Aufklebern konnten sie sich als Methode gut vorstellen. Im Gegensatz dazu fühlte sich die jugendliche Zielgruppe stärker von Bestandteilen des Sets angesprochen, die es ihnen ermöglichen, klar Haltung zu beziehen. Dazu gehören die Aktionsmaterialien, die einen klaren thematischen Bezugspunkt aufweisen. In diesem Zusammenhang wird empfohlen, dass ein Großteil des Aktionsmaterials in Zukunft einen klaren Bezug zum Thema hat und die Diskriminierungsform direkt anspricht (sei es durch Aufkleber, persönliche Mutmacher oder Anhänger). Außerdem wird empfohlen, dass das Aktionsmaterial in der Erstellungsphase weiterhin durch Stichproben darauf geprüft wird, wie sehr es die Zielgruppen anspricht und welche Resonanzen es konkret erzeugt. Dabei muss allerdings nicht explizit auf aktuelle Trends Bezug genommen werden, da die Praxis zeigt, dass die Verwendung von Trendartikeln nicht dem eigens angelegten Anspruch auf Nachhaltigkeit gerecht wird.

Die Postkarten, die lose beigelegt und nicht mit einer Kette verbunden waren, wurden als besonders geeignet angesehen, um weitergegeben zu werden und eine längere Verwertungszeit zu haben.

KONZEPTION UND VERWENDUNG ALS PÄDAGOGISCHES MATERIAL

Hinsichtlich des Konzeptionsprozesses und der Anwendung in der Praxis sind einige Aspekte zu nennen, die die Wirksamkeit besonders stark beeinflussen und daher in künftigen Prozessen besondere Aufmerksamkeit erfahren sollten.

Als besonders positiv hervorzuheben ist das hohe Interesse der Zielgruppe an den thematischen Schwerpunkten des Materials. Die GMF-Phänomene, gegen die sich das Format wendet, sind direkt mit dem aktuellen Zeitgeschehen verbunden und weisen eine hohe Relevanz bei den adressierten Zielgruppen auf.

Die Vernetzung des Archivs und die langfristigen Partnerschaften mit Trägern der Jugendarbeit und der politischen Bildung scheinen bereits den Eingang des pädagogischen Materials in Regelstrukturen vorzuzeichnen und versprechen eine hohe Verbreitung des Materials und seiner jugendgerechten Ansätze.

Allerdings sind bei dem Verwendungskonzept bedeutende Änderungen vorzunehmen, damit das Set seine Wirksamkeit vollständig entfalten kann, alle Zielgruppen erreicht werden und der Transfer zu anderen Verwender*innen des Sets zustande kommt, ohne dass die Wirksamkeit darunter leidet.

Der wichtigste Schritt, um diese Ziele zu erreichen, ist die parallele Konzeption eines umfassenden Workshop-Angebotes, das speziell auf jedes der Sets abgestimmt ist – ein Schritt, der bei „STOP AMR“ auch so geplant ist, der aber noch nicht in die Praxis umgesetzt wurde. Neben der Harmonisierung der zeitlichen Abläufe würde die parallele Fertigstellung des Workshop-Konzepts auch eine Feedback-Schleife zwischen didaktischer Vermittlung vor Ort und Produktdesign der Sets ermöglichen. Zu diesen Zwecken sollen die künftigen Referent*innen, die mit dem Set arbeiten werden, an der gesamten Konzeption beteiligt sein.

Die Teamzusammensetzung sollte bei künftigen Intervention Sets so überdacht werden, dass mehr Expert*innen über ein jeweiliges Thema Teil des Konzeptionsteams sein können. Das würde die Abhängigkeit des Teams von Einzelpersonen verringern und gleichsam für eine größere Perspektivenvielfalt sorgen. Auch könnten sich mehr pädagogische Vermittlungsexpert*innen an der didaktischen Konzeption beteiligen. Bei rechtzeitiger Planung sollte das angesichts langjähriger Partnerschaften mit anderen Trägern der Jugendhilfe und der politischen Bildung vom Archiv zu bewerkstelligen sein.

Bei einer Zielsetzung, die auf das Erreichen einer bestimmten Zielgruppe durch ein gegebenes Set setzt, erscheint die bedarfsorientierte Vorgehensweise des Archivs weniger angemessen als im Kontext thematischer Workshop- und Fortbildungsangebote. In solchen Fällen, zu vergleichen mit der Zielsetzung des „STOP AMR“-Sets, bei dem die Empowerment-Wirkung für Betroffene von AMR eine wichtige Rolle spielt, sollte das Archiv in die bewusste Akquise von Veranstaltungen gehen, in denen die jeweilige Zielgruppe anzutreffen ist.

ANNEX I

I FRAGEN FÜR PERSONEN, DIE AM ERSTELLUNGSPROZESS BETEILIGT WAREN

A FRAGEN ZUM KONZEPT

1. Auf welche ursprüngliche Ausgangssituation reagiert das Set? Welche Änderung strebt es an?
2. Für welche Zielgruppe(n) wurde das Set konzipiert?
3. Welche Ausgangslage bei dem/r Betrachter*in wird vorausgesetzt und was soll erzielt werden? Welche Wirkungen entfaltet das Set, welche Mechanismen werden losgetreten?
4. Gibt es eine bestimmte Reihenfolge, in der die Wirkungen sich bei dem/r Betrachter*in entfalten sollen und/oder gibt es bestimmte Verknüpfungen der Wirkungen, die vorausgesetzt wurden?
5. Gibt es bestimmte Bestandteile des Sets, die mit einer oder mehreren bestimmten Wirkung(en) verbunden sind?

B FRAGEN ZUR ERSTELLUNG UND VERWENDUNG DES FERTIGEN PRODUKTS

1. Welche Bestandteile/Elemente des Sets finden Sie besonders gelungen?
2. Welche Bestandteile/Elemente des Sets finden Sie nicht so gut gelungen?
3. Gibt es interne Faktoren, abhängig vom Archiv der Jugendkulturen [z. B. Team, Ort, Koordination, Ressourcen, Vernetzung, Konzepte, Formate etc.], die sich als
 - a) Besonders positiv für Erstellung und Verwendung des Sets
 - b) Besonders negativ für Erstellung und Verwendung des Sets erwiesen haben?
4. Gibt es äußere Faktoren [z. B. Kooperationspartner, Auftraggeber, politische/gesellschaftliche Situation, Resistenzen, praktische Faktoren, Reaktion der Zielgruppen], die sich
 - a) Besonders positiv für Erstellung und Verwendung des Sets
 - b) Besonders negativ für Erstellung und Verwendung des Sets erwiesen haben?

II FRAGEN FÜR REFERENT*INNEN, DIE DIE SETS IN DER PRAXIS ANWENDEN

1. Seit wann verwenden Sie das Intervention Set als pädagogisches Material in Ihren Vorträgen/Workshops?
2. Welche Zielgruppe erscheint Ihnen in der Praxis dafür am geeignetsten und warum?
3. Gibt es Elemente des Intervention Sets, die Sie für besonders gelungen halten und warum?
4. Gibt es Elemente des Intervention Sets, die Sie für verbesserungswürdig halten und wie würden Sie das angehen?

5. Wie wenden Sie das Set in den von Ihnen betreuten Veranstaltungen an? Als Themensetzer, als Diskussionsleitfaden, am Anfang, in der Mitte oder am Ende einer Veranstaltung? Welche Hilfsmittel brauchen Sie/oder wenden Sie bereits ein, um das Set zu begleiten?
6. Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit Sie das Set erfolgreich in Ihrer Arbeit anwenden können? Welche Möglichkeiten sollte das Archiv der Jugendkulturen prüfen, um Ihre Arbeit mit dem Set zu erleichtern?

ANNEX II

EURE / IHRE MEINUNG ZUM INTERVENTION SET GEGEN RECHTS

Bitte gebt uns / geben Sie uns ein Feedback zu unserem Intervention Set. Wenn nicht jetzt, dann bitte später per Post an Archiv der Jugendkulturen e. V., Fidicinstraße 3, 10965 Berlin schicken, per mail an archiv@jugendkulturen.de oder per Fax an 030-6913016. Bitte auf der Skala ankreuzen, was für Dich / Sie zutreffend ist. Außerdem hast Du / haben Sie die Möglichkeit, zu jeder Frage ausführlicher eigene Anmerkungen zu machen. Für uns ist es sehr wichtig, eine Rückmeldung zu erhalten, damit wir auch weiterhin Bildungsmaterialien sinnvoll und sinnhaft gestalten, unsere Arbeit überdenken und verbessern können.

Vielen Dank für die Unterstützung!

Wie gefällt Dir / Ihnen das Set insgesamt?				
1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

FRAGEN ZUR AUFMACHUNG DES SETS:

Wie gefallen Dir / Ihnen die Postkarten?				
1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

Wie gefällt Dir / Ihnen der große einzelne Aufkleber?				
1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

Wie gefällt Dir / Ihnen das Aufkleber-Set?				
1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

Wie gefällt Dir / Ihnen die Stencil-Vorlage?				
1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

Wie gefällt Dir / Ihnen das Armband?				
1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

FRAGEN ZUM INHALT UND ZUR VERWENDUNG DES SETS

Ich finde das Set informativ.				
1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Das Set regt mich zum Nachdenken an.				
1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Das Set motiviert mich, aktiv zu werden.

1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde Karten und andere Elemente des Sets auch an andere Menschen weitergeben.

1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde die Aufkleber verwenden.

1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde die Stencil-Anleitung verwenden.

1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde den vierten Aufkleber im Aufkleber-Set selbst gestalten.

1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde das Armband tragen.				
1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde mich über die angegebenen Links auf den Karten weiter zum Thema informieren.				
1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Was hat Dir / Ihnen (besonders) gut gefallen?

Gibt es etwas, was Dir / Ihnen gefehlt hat? Wenn ja, was?

Welche Verbesserungsvorschläge hast Du / haben Sie?

Mein Alter:

ANNEX III

EURE / IHRE MEINUNG ZUM INTERVENTION SET „STOP AMR“

Bitte gebt uns / geben Sie uns ein Feedback zu unserem Intervention Set. Wenn nicht jetzt, dann bitte später per Post an Archiv der Jugendkulturen e. V., Fidicinstraße 3, 10965 Berlin schicken, oder aber per mail an archiv@jugendkulturen.de oder per Fax an 030-6913016. Bitte auf der Skala ankreuzen, was für Dich / Sie zutreffend ist. Außerdem hast Du / haben Sie die Möglichkeit, zu jeder Frage ausführlicher eigene Anmerkungen zu machen. Für uns ist es sehr wichtig, eine Rückmeldung zu erhalten, damit wir auch weiterhin Bildungsmaterialien sinnvoll und sinnhaft gestalten, unsere Arbeit überdenken und verbessern können.

Vielen Dank für die Unterstützung!

Wie gefällt Dir / Ihnen das Set insgesamt?

1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

FRAGEN ZUR AUFMACHUNG DES SETS:

Wie gefallen Dir / Ihnen die Karten?

1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

Wie gefällt Dir / Ihnen der einzelne Aufkleber?

1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

Wie gefällt Dir / Ihnen das Dogtag?				
1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

Wie gefällt Dir / Ihnen das Tutorial auf dem Tumblr „Mach dein eigenes Stencil“?				
1	2	3	4	5
nicht	wenig	mittelmäßig	ziemlich	sehr

Eigene Anmerkungen:

FRAGEN ZUM INHALT UND ZUR VERWENDUNG DES SETS

Ich finde das Set informativ.				
1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Das Set regt mich zum Nachdenken an.				
1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Das Set ist für mich hilfreich, wenn ich mich wegen meiner Herkunft, meines Aussehens, meines Namens, meiner Religionszugehörigkeit oder meiner Essenswünsche diskriminiert fühle.				
1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Das Set motiviert mich, aktiv zu werden.

1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde Karten und andere Elemente des Sets auch an andere Menschen weitergeben.

1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde den Aufkleber verwenden.

1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde das Dogtag tragen / verwenden.

1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde den QR-Code auf den letzten beiden Karten scannen.

1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde auf den Tumblr gehen, das Tutorial anschauen und mir ein eigenes Stencil machen.				
1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt wenig	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Ich werde eigene Bilder an den Tumblr senden.				
1	2	3	4	5
stimmt nicht	stimmt	stimmt mittelmäßig	stimmt ziemlich	stimmt sehr

Eigene Anmerkungen:

Was hat Dir / Ihnen (besonders) gut gefallen?

Gibt es etwas, was Dir / Ihnen gefehlt hat? Wenn ja, was?

Welche Verbesserungsvorschläge hast Du / haben Sie?

Mein Alter:

IMPRESSUM UND KONTAKT

Archiv der Jugendkulturen e. V.
Fidicinstraße 3, 10965 Berlin
Tel. 030 / 694 29 34
Fax. 030 / 691 30 16
archiv@jugendkulturen.de
www.jugendkulturen.de

Autorin: Svetla Koynova
Mitwirkende: Farina Wäcker
V.i.S.d.P.: Gabriele Rohmann (Vorstandsvorsitzende)

© 2017 Archiv der Jugendkulturen e. V.

Die Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung des BMFSFJ bzw. des BAFzA dar.
Für inhaltliche Aussagen trägt der Autor/die Autorin bzw. tragen die Autoren/Autorinnen
die Verantwortung.

Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie *leben!*



Bundeszentrale für
politische Bildung



INTERVENTION SET „SEXISMUS NERVT“

Das Archiv der Jugendkulturen e. V. freut sich in 2017 das neue Intervention Set „Sexismus nervt“ vorzustellen. Es besteht aus zehn Postkarten, drei Aufklebern in je zwei Exemplaren, zwei Buttons in unterschiedlichen Designs und einem temporären Tattoo. Es soll für die Wirkungen von Sexismus sensibilisieren, unter dem alle, unabhängig von ihrer Geschlechtsidentität, leiden, und stellt Strategien vor, wie Jugendliche im Alltag mit Sexismus umgehen können.

| **archiv** |
der jugendkulturen e.v.

CULTURE ON THE ROAD

Das Bildungsprogramm **CULTURE ON THE ROAD**

des Archivs der Jugendkulturen bietet ein großes Workshop- und Vortragsangebot an: angefangen bei „Jugendkulturen allgemein“ über einzelne Jugendszenen wie Punk, HipHop, Manga oder Hardcore bis hin zu Antidiskriminierungs-, Foto-, Video- und Literaturwerkstätten. Alle Workshops lassen sich miteinander verbinden, sie sind einzeln oder als umfangreiches Programm realisierbar, für zehn oder an großen Projekttagen für bis zu 350 Menschen, für Jugendliche, Multiplikator*innen und andere, in Berlin (auch in unserer Einrichtung), bundesweit oder international. Mehr Informationen unter www.culture-on-the-road.de

Die Wanderausstellung „**DER Z/WEITE BLICK – EINE AUSSTELLUNG ÜBER JUGENDKULTUREN UND DISKRIMINIERUNGEN**“ lädt als Impulsgeber für Jugendliche und Erwachsene dazu ein, die Vielfalt, aber auch die Ambivalenzen in Jugendkulturen und Mainstream kennenzulernen und den eigenen Blick zu weiten. Die Ausstellung thematisiert Rechtsextremismus, Rechtspopulismus, Grauzonen, Antisemitismus, Exotismus, Rassismus, Antiziganismus, Antimuslimischen Rassismus, Sexismus, Homo- und Transfeindlichkeit und Social Media / Hate Speech in Jugendkulturen wie Hardcore, Punk, HipHop, Gaming, Manga, Anime, Comic, Techno, Skateboarding oder Skinheads, aber auch im Mainstream.

Zielgruppen: Jugendliche ab 12 Jahren und Erwachsene

Begleitprogramm: Ergänzend zur Ausstellung bieten wir begleitende Peer-Schulungen, Workshops und Vorträge zu den Ausstellungsthemen an. Mehr Informationen unter www.der-z-weite-blick.de

**DER
Z WEITE
BLICK**



