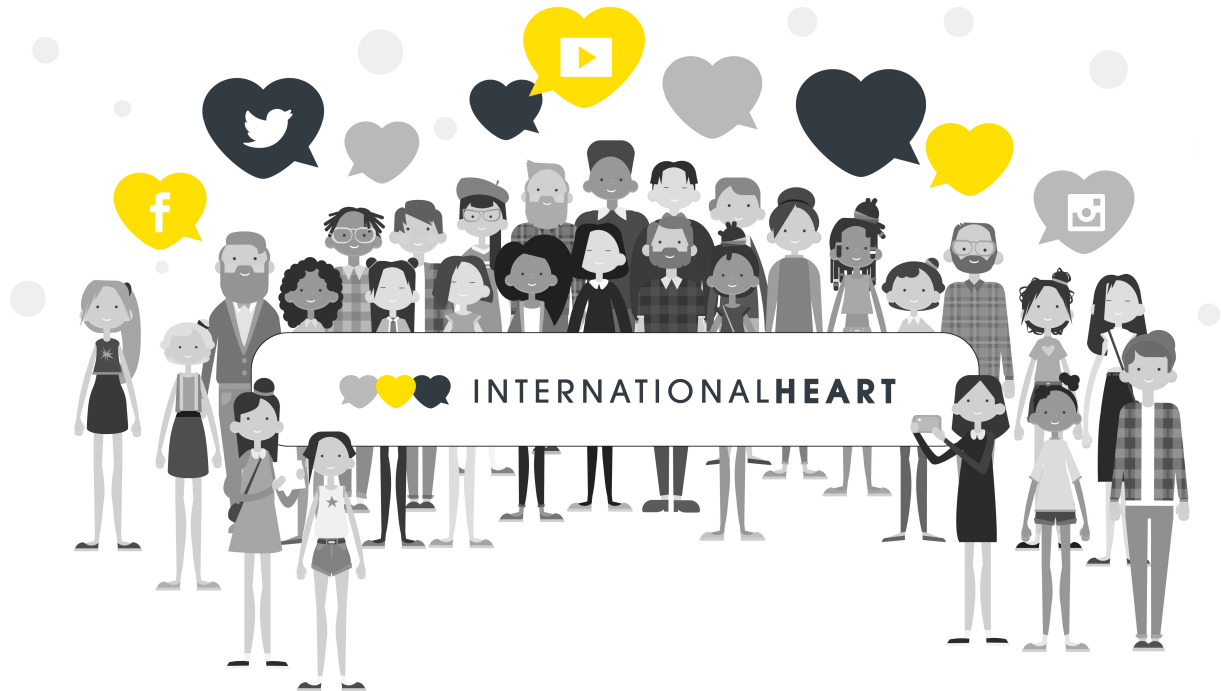




AKTIONSBÜNDNIS ANERKENNUNG INTERNATIONAL



KONZEPT DER SOCIAL MEDIA KAMPAGNE #INTERNATIONALHEART

Ziel der Kampagne

Bei #internationalheart handelt es sich um eine Imagekampagne für den pädagogisch begleiteten internationalen Jugendaustausch. Die Kampagne ist eine Mitmach-Kampagne. Interessierte Träger und Organisationen, die internationalen Jugendaustausch anbieten, können sich auf den Social Media Kanälen an verschiedenen Aktionen beteiligen und eigene Inhalte in Beziehung zu #internationalheart setzen.

#internationalheart möchte zeigen, wie wichtig pädagogisch begleitete Auslandserfahrungen nicht nur für den Einzelnen sondern auch für die Gesellschaft als Ganzes sind. Junge Menschen, die an Jugendaustausch und Begegnung teilgenommen haben, entwickeln wichtige Schlüsselkompetenzen, wie die Offenheit, Toleranz und grenzüberschreitende Solidarität. Sie stehen für Weltoffenheit, Frieden und internationale Verständigung und wirken damit auch in ihre Gesellschaften zurück. Die Kampagne möchte zugleich zeigen, welche

vielfältige Landschaft an Organisationen sich mit ganz unterschiedlichen Formaten täglich, bundesweit und mit seinen internationalen Partnern für diese Werte engagiert.

Zielgruppen

- Politische Entscheidungsträger (Politik und Verwaltung)
- Träger und Fachkräfte der (internationalen) Jugendarbeit
- Arbeitgeber und Sozialunternehmen
- Medien
- Jugendliche als Multiplikator/-innen (u.a. Teilnehmende internationaler Begegnungen, Jugendleiter/-innen)

Wo

Twitter, Instagram und Youtube mit der Nutzung des Hashtags #internationalheart

Facebook über das posten und kommentieren auf der Community-Seite Internationalheart <https://www.facebook.com/intlheart/> (Leider erlaubt Facebook nicht mehr das Auslesen von #Hashtags und Einbinden in Social Media Walls)

Wann

März-Bundestagswahl 2017

Ablauf

Die Social Media Kampagne lässt viel Freiraum für eigene Ideen und Postings, die in Bezug zum Hauptziel der Kampagne gesetzt werden können. Das heisst konkret, dass alle Organisationen oder auch Einzelpersonen, ihre eigenen Inhalte posten und je nach Wunsch gemäß dem Graphik-Baukasten der Kampagne eine Verbindung zu dieser und ihrem Hashtag #internationalheart herstellen können.

Die entsprechenden Materialien wie Graphikdateien und Kurzanleitung und Langversion des Baukastens zum Download finden sich hier: <https://www.buendnis-erkennung.de/ag-oeffentlichkeitsarbeit/>

Wir gehen davon aus, dass nicht viele Inhalte neu geschaffen werden müssen, da sich unsere tägliche Arbeit auch in den Sozialen Medien in den meisten Fällen bereits in Bezug zum Kampagnenziel abspielt. Wir haben bewusst auf eine Forderungskampagne verzichtet, da das Element mit konkreten Forderungen sich im Aktionstag wiederfindet und im Rahmen der Kampagne aufgegriffen werden kann. So kann sichergestellt werden, dass die individuellen Forderungen der Träger und Organisationen auch den entsprechenden Raum erhalten. Die Konzepte zum Aktionstag und anschließenden Politik-Barbecue finden sich hier: <https://www.buendnis-erkennung.de/ag-lobbyarbeit/>

Um der Kampagne trotz allem eine gewisse Kontinuität zu geben, haben wir 3 zentrale Aktionen ausgewählt, die auch in der folgenden Ablaufgraphik wiederfinden.

#internationalheart

START

DJHT 28.-
30.3.2017

das
Fachpublikum
über die
Kampagne und
den Aktionstag
informieren



Aktion 1

Postkarten-
aktion: was
Goethe
nicht gesagt
hat



**22 MIO. JUNGE
CHANCEN**

gemeinsam. gesellschaft.
gerecht. gestalten.

**16. DEUTSCHER
KINDER- UND
JUGENDHILFETAG**
28.-30. MÄRZ 2017
DÜSSELDORF

**Aktionstag
International**

bundesweite
Besuche bei
Abgeordneten



Aktion 3

#anders als
gedacht
Bilder, Videos,
Stories



**begleitende
Postings**

zu internationalem
Jugendaustausch,
seiner Wirkung und
gesellschaftlichen
Relevanz



Aktion 2

#difficultwords,
Challenge



**Politik-Barbecue
Berlin**

Forderungen vom
Aktionstag
übergeben an
Bundestagsbüros



**begleitende
Postings**

zu internationalem
Jugendaustausch, seiner
Wirkung und
gesellschaftlichen
Relevanz



der **#internationalheart**
wird verwendet und in
**eigene Aktionen
der Träger**
eingebettet in den
Jugendaustauschen



Bundestagswahl

Aktion 1: Goethe-Postkarte (27.3.-14.4.2017)

Die erste Aktion "Was Goethe nicht gesagt hat", steht im Zeichen der Einstimmung auf das Thema "Mehrwert von internationalem Jugendaustausch". Von Goethe ist das Zitat aus Wilhelm Meisters Lehrjahre überliefert "Die beste Bildung findet ein gescheiter Mensch auf Reisen". Dieses Original wird zum Anlass genommen, unter dem Motto "was Goethe nicht gesagt hat" ein eigenes Zitat, einen Ausspruch, einen Akzent zu setzen, mit dem was man persönlich am internationalen Austausch, am Reisen wichtig findet, was es mit einem selbst macht, was man dabei lernt, was einen beflügelt, welche Wirkungen es hat...

Dazu ist ein PDF-Formular im Postkartenformat vorbereitet https://www.buendnis-erkennung.de/app/download/13098927135/Postkarte_geothenichtgesagt_formular.pdf?t=1490522192, das für die Erstellung des Zitats genutzt werden kann.



Aktion 2: Challenge - difficult words (24.4.-28.4.2017)

Bei dieser Challenge nennt man das Wort, dass man in einer Fremdsprache als besonders schwierig zu schreiben, auszusprechen oder zu übersetzen empfindet, oder eins das möglicherweise keine Entsprechung in der eigenen Sprache hat. Diese Challenge kann als Video umgesetzt werden und als Posting mit Bild und Text. Hier eignen sich die Graphikelemente der Kampagne zur Bildgestaltung, sind aber kein Muss um teilzunehmen an der Challenge.

Aktion 3: Foto-Aktion #anders als gedacht (ab 8. Mai ohne Zeitbegrenzung)

Bei dieser dritten Aktion ist keine Zeitbegrenzung vorgesehen. Unter dem Motto #andersalsgedacht sind bei dieser Foto-Aktion alle aufgerufen sich mittel Bild/Foto mit der Fragestellung kreativ auseinanderzusetzen, was am internationalen Jugendaustausch, am Gastland und seiner Kultur anders und überraschend für uns war. Was habe ich mir anders vorgestellt? Was fand ich komisch/neu/überraschend?

Ideen und Vorschläge für eigene Inhalte

Es steht allen Trägern und Akteuren frei, sich neben den geplanten Formaten mit eigenen Inhalten und Aktionen unter dem #internationalheart an der Social Media Kampagne zu beteiligen. Hier sind einige Vorschläge, die sich mit Jugendgruppen während eines internationalen Austauschs umsetzen lassen oder mit einer Nutzergruppe, zu der man engeren Kontakt hat. Daneben ist auch die reine Verwendung des #internationalheart mit eigenen Inhalten möglich, sofern diese mit den Zielen der Kampagne im Einklang stehen.

Info-Graphiken

Internationaler Jugendaustausch fördert Verständigung und ein friedliches Miteinander. Für den Einzelnen ist eine Austausch Erfahrung häufig das ganz Leben lang prägend. Wenn ihr Zahlen und Fakten zum internationalen Jugendaustausch habt oder zu einzelnen Bereichen wie zB. Dem Freiwilligendienst, dann nutzt doch Infographiken als Möglichkeit, um interessante Aspekte dazu graphisch ansprechend darzustellen. Hilfreich sind hier Onlinetools wie Piktochart <https://piktochart.com/>

Facebook-Freunde zählen

Unter dem Motto: wieviel #internationalhearts hast du? Könnte man eine Challenge starten, wer die meisten internationalen Freunde hat. Dies ist eine niedrighschwellige Aktion, die auch in ein weiteres Netzwerk gestreut werden kann.

Fotoaktion: Themenwochen

Aktionen und kleine Challenges vereinfachen die Einbindung von Jugendlichen. Eine Themenwoche als Fotoaktion kann ein guter Anlass sein. Mit Themen wie „Good morning from...“, wie ist das Wetter in..., Blick in meine Arbeitswoche... lässt sich die Internationalität in unserem Feld sehr gut verdeutlichen. Eine Aktion zu einem Thema zeitlich zu begrenzen schafft Interesse und Verbindlichkeit.

Video mit Leitfrage: „Anders als gedacht“

Diese Aufgabe kann einer Jugendgruppe während eines Austauschs gegeben werden. Drehe ein Kurzvideo: Was hat mich während des Austauschs überrascht, was war neu für mich im Gastland, was war anders als gedacht?

How to Listicals

Wie mache ich...? Die 8 besten Auslandsziele...! Die 5 einfachsten Wege zum geförderten Auslandsaufenthalt...! Die 10 wichtigsten Workcampanbieter..! Startschwierigkeiten. 6 Tipps, die die ersten 3 Monate im Ausland erleichtern...! Listicals sind ein beliebter Weg, wichtige Informationen gut zu verpacken und für den Leser ansprechend aufzubereiten. Gerade für die Verbreitung auf Social Media Plattformen eignet sich diese Aufbereitungsform.

Anwendungsformen:

- zum Artikel verlinken
- Bild/Text Post, zB. bei fehlendem Fotomaterial Überschrift und Herzvorlagen von internationalheart nutzen
- Animiertes GIF zur Kurzdarstellung
- Bildergalerie zur Kurzdarstellung a lá SpiegelOnline

Fotoaktion: Walk around the World

In einer Fotoaktion sind alle aufgerufen, eine Bushaltestelle zu fotografieren. Als Walk around the World wären sie ein Symbol des Reisens und der Mobilität und würden die Vielfalt weltweit verdeutlichen.

Sprachspiele

Diese Aktion kann als Video aber auch im Fotoformat umgesetzt werden. Es eignet sich dazu, daraus eine Challenge mit begrenztem Zeitraum machen.

#how to pronounce
#difficult words

Goethe-Zitat-Aktion II

Goethe prägte in Wilhelm Meisters Lehrjahre den Satz: „Die beste Bildung findet ein gescheiter Mensch auf Reisen.“

In der zentralen Aktion 1 nutzen wir dieses Format bereits, aber es gibt noch eine weitere Möglichkeit, hierauf aufzubauen:

Eine Steigerung nach der ersten Aktion rund um das Goethebild und Zitat ist, das Gesicht von Goethe gegen einen ausländischen Wissenschaftler/Prominenten auszutauschen und dessen Zitat zu verwenden und ihn/sie entsprechend mit Namen zu nennen.

Fotocollage/ Facebookvideo

Unter dem Motto “wir bauen keine Mauern weil...” kann zu einer Fotoaktion aber auch zu einer Videoaktion aufgerufen werden und das Verbindende am internationalen Austausch in den Mittelpunkt gerückt werden.

Foto-Aktion: Thema

Foto-Aktionen eignen sich für Jugendgruppen, um während, aber auch nach dem Jugendaustausch in Kontakt zu bleiben. Hier können Themen wie Freundschaft oder Lieblingsessen eine bunte Vielfalt zeigen.

Foto-Aktion: weißes Blatt

Diese Variante erkennt man deutlich aufgrund der puristischen Bilder. Hier hält eine Person ein weißes Blatt mit einem Begriff/Spruch/Zitat vor sich. Diese Form kann gewählt werden, wenn es darum geht, zB. Wesentliche Erkenntnisse aus einem Austausch zu visualisieren, auch Forderungen oder Wünsche ließen sich so ausdrucksstark darstellen. Eine konkrete Leitfrage sollte hier den Gruppen an die Hand gegeben werden, muss sich aber aus dem Bild selbst nicht erklären. Beispiel ist die Kunstaktion „Auf ein Wort“ <http://www.auf-ein-wort.org/>, mit der Leitfrage was ist mir wichtig, mein Wert, in einem Wort.

Challenge: Politiker Rollentausch „was würde ich gern hören..?“

Etwas spassiger kann es mit dieser Challenge werden. Hier ist die Idee, einen Politiker nachzumachen in einem Video, sich ggf. auch zu verkleiden/Stimme zu verstellen/Gestik zu übernehmen und ihn das sagen zu lassen, was man selbst gern einmal von ihm hören möchte.

Sprühkreide

Gelbe Sprühkreide eignet sich gut, wenn der Hashtag #internationalheart auch in die Offline-Welt übertragen oder in eine Fotoaktion einbezogen werden soll.

Noch Fragen? Unsicher, ob die eigenen Inhalte zur Kampagne passen könnten?

Büro Berlin Ansprechpartner:

Anne Sorge-Farner
c/o HIBA Impulse
Neue Kantstraße 10
14057 Berlin

Tel.: 030 / 2844 5818
Mobil 0159 / 04357590
Mail: sorge@ijab.de