



Pädagogisches Community Management auf TikTok

Ansprachemethoden in
der Onlineprävention

Herausgeberin

Amadeu Antonio Stiftung
Novalisstraße 12
10115 Berlin

info@amadeu-antonio-stiftung.de
www.amadeu-antonio-stiftung.de

Autor*innen Cornelia Heyken, Theresa Lehmann

Redaktion Cornelia Heyken

Lektorat Britta Kollberg

Titelbild Mandy Münzner und AdobeStock Grafiken

Gestaltung und Grafiken Mandy Münzner und
AdobeStock Grafiken (Olgadesigner, alexdndz)

Portrait-Fotos: Seite 6 Peter van Heesen

Screenshots: TikTok-Kanal von pre:bunk, Amadeu Antonio Stiftung

Druck Druckzone Cottbus

Gedruckt auf Envirotop Recycling 100% Altpapier

© Amadeu Antonio Stiftung, 2024

Zitationshinweis:

Amadeu Antonio Stiftung (2024): Pädagogisches Community Management auf TikTok. Ansprachemethoden in der Onlineprävention. Berlin.

Diese Publikation entstand im Projekt *pre:bunk*, das von der Bundeszentrale für politische Bildung gefördert wurde. Für ihre inhaltlichen Aussagen tragen die Autor*innen die Verantwortung.

Zugleich möchten wir all unseren Spender*innen danken, die die Arbeit der Stiftung überhaupt erst ermöglichen und mittragen.



Inhalt

Vorwort
Grußwort
Zum Geleit

Über diese Handreichung – eine Gebrauchsempfehlung

Pädagogisches Community Management (PCM)

1. Selbstverständnis und Ziele

2. Adressat*innen

3. Kommunikation und Interaktion in der Community

3.1. Ansprache mit One-to-Many und One-to-One

3.2. Netiquette

3.3. Erreichbarkeit

3.4. Rolle als Community Manager*in

3.5. Rolle als Pädagog*innen und in der
Online-Radikalisierungsprävention

3.6. Wertschätzung

3.7. Aufnahme von Ideen, Themen und Bedarfen aus der Community

3.8. Ressourcensparendes Antworten und Emoji-Deutung

3.9. Konfliktmanagement

3.10. Umgang mit Trollen

3.11. Ethik, Privatsphäre, Persönlichkeitsschutz und
-rechte im pädagogischen Kontext

4. Selbstfürsorge und -schutz der pädagogischen Fachkräfte

5. Nachhaltigkeit

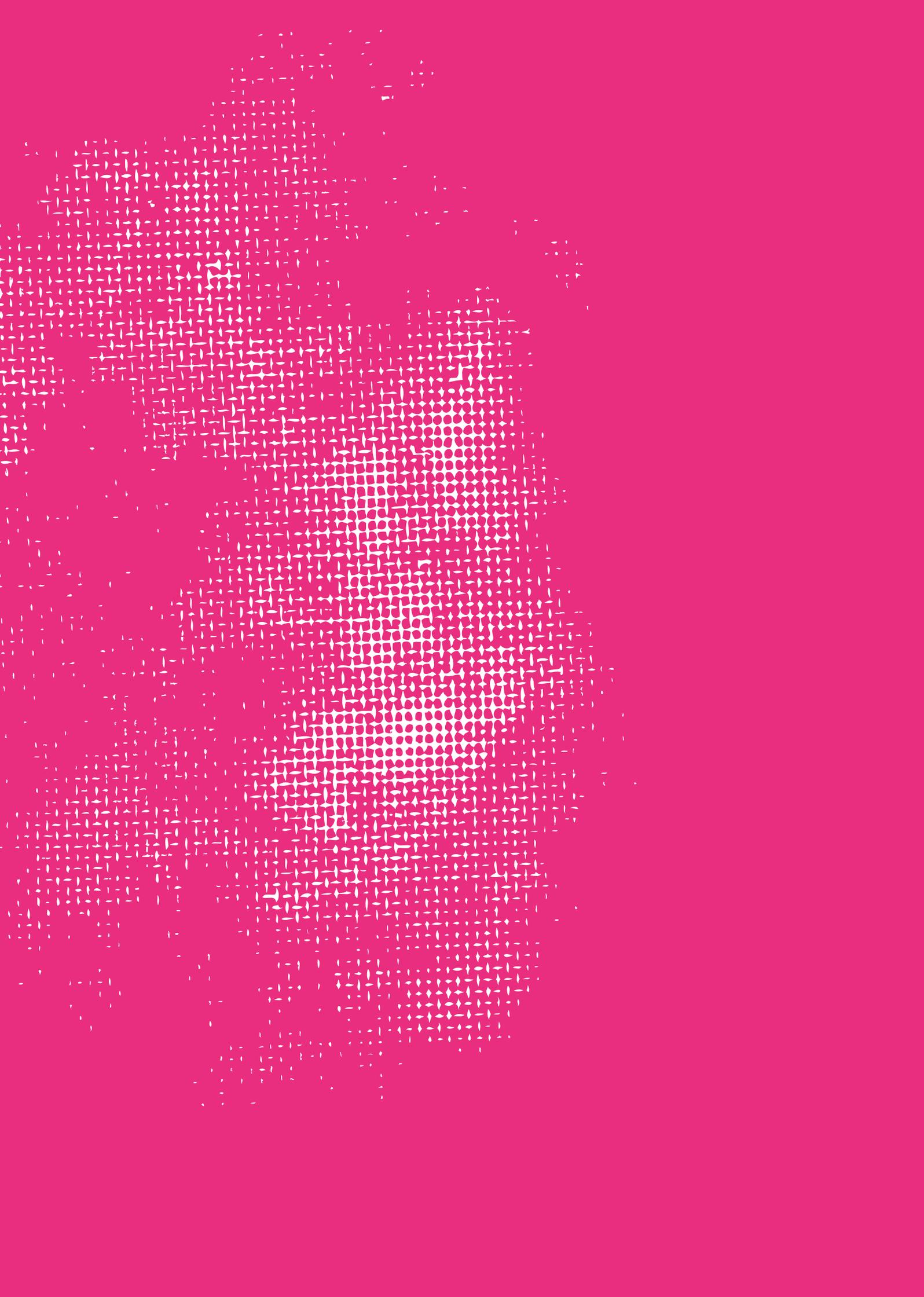
5.1. Community-Pflege

5.2. Wirkungsmessung und stetige Anpassung
des Community Managements

**Wrap-up: Wie Prebunking-Ansätze in die pädagogische
Gegenrede mit einfließen**

Quellen, Infos und weiterführende Links

Adressen und Anlaufstellen



»Community Management ist die Bezeichnung für alle Methoden und Tätigkeiten rund um Konzeption, Aufbau, Leitung, Betrieb, Betreuung und Optimierung von virtuellen Gemeinschaften sowie deren Entsprechung außerhalb des virtuellen Raumes. Unterschieden wird dabei zwischen operativen, den direkten Kontakt mit den Mitgliedern betreffenden, und strategischen, den übergeordneten Rahmen betreffenden, Aufgaben und Fragestellungen.«¹

Vorwort

TikTok ist längst nicht mehr nur eine Plattform für unterhaltsame Kurzvideos. Es hat sich zu einem zentralen Raum entwickelt, in dem junge Menschen Antworten auf ihre Fragen suchen, sich Meinungen bilden und Informationen konsumieren. Insbesondere in Zeiten multipler Krisen ist der digitale Austausch für viele Jugendliche essenziell, jedoch auch häufig überwältigend. Sie stehen einer Mischung aus Informationsflut, emotional aufgeladenen Inhalten und gezielter Desinformation gegenüber, die sie vor große Herausforderungen stellt. Viele junge Menschen fühlen sich von dieser Komplexität allein gelassen und wünschen sich Unterstützung, um den digitalen Raum besser zu verstehen und sinnvoll zu nutzen. Dies macht deutlich, wie wichtig es ist, ihnen nicht nur Orientierung zu geben, sondern auch gezielt Räume zu schaffen, in denen sie dabei unterstützt werden, souverän und medienkompetent durch digitale Inhalte zu navigieren.

Die grundsätzlichen Herausforderungen werden durch aktuelle Entwicklungen in den Sozialen Medien zusätzlich verschärft. Immer mehr Plattformen fahren Maßnahmen zur Moderation und Faktenprüfung zurück, während sie gleichzeitig Algorithmen einsetzen, die polarisierende Inhalte priorisieren und gezielt auf Engagement hin optimiert sind. Dies öffnet die Türen für Desinformation, Hassrede und die Verstärkung extremer Positionen. Was oft als „Stärkung der Meinungsfreiheit“ dargestellt wird, führt in Wirklichkeit zu einer Erosion des demokratischen Diskurses und fördert Polarisierung sowie gesellschaftliche Spaltung. Die Folgen sind tiefgreifend: Rechts-extreme und populistische Stimmen drängen sich in den Vordergrund, während gemäßigte Positionen immer mehr an Sichtbarkeit verlieren. Das schwächt nicht nur die demokratische Kultur, sondern führt auch dazu, dass viele Nutzer*innen sich aus diesen digitalen Räumen zurückziehen – ein Raum ohne Dialog wird langfristig unattraktiv.

Angesichts dieser Entwicklungen wird deutlich, wie wichtig Initiativen wie unser Modellprojekt *pre:bunk* sind, die gezielt die Medien- und



Informationskompetenz junger Menschen fördern. Mit unserem Ansatz des Pädagogischen Community Managements bieten wir einen innovativen Weg, um digitale Communities aktiv zu begleiten, sie inhaltlich zu stärken und jungen Menschen Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen sie sich selbstbestimmt im digitalen Raum bewegen können. Unser Ziel ist es, nicht nur Informationen zu vermitteln, sondern auch Räume zu bieten, in denen Jugendliche ihre Fragen stellen, sich austauschen und Reflexionskompetenzen entwickeln können.

Plattformen, Politik und Pädagogik

Präventive Ansätze wie unser Pädagogisches Community Management sind ein wichtiger Schritt, um den Herausforderungen des digitalen Raums zu begegnen. Doch sie können die grundlegenden Probleme, die durch die Entwicklungen in Sozialen Medien entstehen, nicht allein lösen. Hier sind Politik



»Mit unserem Ansatz des Pädagogischen Community Managements bieten wir einen innovativen Weg, um digitale Communities aktiv zu begleiten, sie inhaltlich zu stärken und jungen Menschen Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen sie sich selbstbestimmt im digitalen Raum bewegen können.«

und Regulierung gefragt. Der Digital Services Act hat auf europäischer Ebene wichtige Grundlagen geschaffen, doch es besteht weiterhin Handlungsbedarf. Plattformen müssen stärker in die Verantwortung genommen werden dafür, strafbare Inhalte konsequent zu löschen, Algorithmen transparenter zu gestalten und junge Nutzer*innen besser zu schützen.

Gleichzeitig braucht es eine stärkere Förderung von politischer Bildung zusammen mit Medienbildungsprojekten und journalistischen Angeboten, wie denen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die überprüfte Informationen und Orientierung bieten. Wo digitale Plattformen die Moderation zurückfahren und Risiken verstärken, können Medienhäuser, Zivilgesellschaft und pädagogische Initiativen Verantwortung, Tiefe und geprüfte Fakten bereitstellen, um eine echte Alternative zu bieten.

Mit dieser Handreichung möchten wir unsere Erfahrungen teilen und Sie und Euch dazu einladen, selbst aktiv zu werden. Nutzt unsere Erkenntnisse als Handwerkszeug, lasst Euch von unserem Ansatz inspirieren und entwickelt eigene Wege, um in digitalen Communities pädagogisch wirksam zu sein. Gemeinsam können wir den Online-Raum zu einem positiven, sicheren und bereichernden Ort gestalten.

Wir danken der Bundeszentrale für politische Bildung für die Förderung dieses innovativen Modellprojekts und freuen uns jetzt auf Ihre und Eure Perspektiven und Erfahrungen. Viel Freude beim Lesen und Umsetzen.

Timo Reinfrank
Geschäftsführender Vorstand der
Amadeu Antonio Stiftung

Grußwort

Politische Bildung im digitalen Zeitalter

Das Jahr 2024 brachte eine Fülle politischer Turbulenzen. Von den Protesten gegen rechtsextremistische Bestrebungen zu Jahresbeginn über die Europawahlen, die Kommunal- und Landtagswahlen in Thüringen, Sachsen und Brandenburg bis hin zum politischen Doppelbeben im Herbst – der Wahl Donald Trumps und der beinahe gleichzeitig zerbrochenen Bundesregierung in Deutschland. Politik im Jahr 2024 fühlte sich häufig an wie ein TikTok-Feed: Auf jedes Ereignis, das unsere Aufmerksamkeit einforderte, folgte das nächste. Kaum Zeit zum Durchatmen, kaum Zeit zum Sortieren, Reflektieren, Differenzieren.

TikTok als Spiegel der Gesellschaft

Stellen Sie sich nun aber vor, das Ganze wäre nicht bloß eine halbwegs passende Metapher. Stellen Sie sich vor, Sie nehmen dieses turbulente Jahr überwiegend durch TikTok wahr – so wie 53 % der unter 25-Jährigen. Sie erleben diese Welt und ihre Ereignisse durch ein Medium, in dem Nachrichten und Politik mit Challenges und Deepfakes konkurrieren, in dem Yappen – das belanglose, ziellose Dahergerede – und inhaltlich gehaltvolle Deep Dives kaum zu unterscheiden sind, wo innovative, spannende Bildungsformate mit „L'amour toujours“-Remixes aus Sylt um Aufmerksamkeit ringen und wo aus Hass und Ausgrenzung ein Lifestyle zum Nachahmen für ein Millionenpublikum wird.

Politische Bildung muss neue Wege gehen

TikTok ist zu einem zentralen Ankerpunkt für die Lebenswelt von etwa 20 Millionen Menschen in Deutschland geworden. 95 Minuten verbringen sie im Schnitt pro Tag auf dieser Plattform, und wenn politische Bildung diese Menschen erreichen möchte, dann muss sie auch auf diesen Plattformen stattfinden, in eben diesen 95 Minuten. Sie muss versuchen, die Menschen dort zu erreichen, wo sie sich aufhalten. Sprich: in den Feeds, in den Kommentarspalten und damit auch im Community Management. Das klingt wie ein „No-Brainer“ – eine ziemlich klare Angelegenheit also. Doch die vergangenen Jahre haben immer wieder gezeigt, dass digitale politische Bildung mehr sein muss als Copy-and-Paste. Sie muss neu gedacht werden und Ansätze so entwickeln, dass sie auf digitalen Plattformen funktionieren.



Erfolgreiche Ansätze der digitalen Bildung

Politische Bildung auf TikTok bedeutet deshalb, mit dem zu arbeiten, was auf der Plattform passiert, Trends aufzugreifen, die aktuell sind, Informationen einzuordnen und Desinformation zu widerlegen, bevor sie sich verbreitet, und zwar in einer Form, die der Plattform entspricht. Das heißt auch, dass man sich an die Spielregeln der Plattformen anpassen muss. Damit ist nicht gemeint, dass man „für den Algorithmus“, wie es so häufig zu lesen ist, dies oder jenes tun oder lassen müsse. Es heißt vielmehr, die digitale Kultur der Plattform zu verstehen und Content zu produzieren, der in diese Welt passt. So kann digitale politische Bildung erfolgreich und wirksam sein. Der von *pre:bunk* verfolgte Ansatz, die Plattform und ihre Trends mit aufwändigem Monitoring zu verstehen und hierauf aufbauend die eigene Arbeit zu gestalten, ist der richtige Weg.

Kritische Betrachtung der Plattformen

Ebenfalls richtig und wichtig bleibt jedoch auch die notwendige Kritik an Plattformen wie TikTok oder



»Doch die vergangenen Jahre haben immer wieder gezeigt, dass digitale politische Bildung mehr sein muss als Copy-and-Paste. Sie muss neu gedacht werden und Ansätze so entwickeln, dass sie auf digitalen Plattformen funktionieren.«

Instagram. Die Art und Weise, wie diese Apps Nutzende in ihren Bann ziehen, die Belohnungssysteme der dort herrschenden Aufmerksamkeitsökonomie und die schlicht unübersehbare Präsenz extrem rechter und islamistischer Akteure können auch ein Grund sein, diese Plattformen nicht zu nutzen. Eine Studie der Otto-Brenner-Stiftung legt jedoch nahe, dass eine solche Abkehr gerade der falsche Weg sein könnte. Die Autoren arbeiten dort heraus, dass die Erfolge rechtsradikaler Accounts weniger mit deren hochwertigen Inhalten und einer besonderen Plattformexpertise zu erklären sein könnten als vielmehr mit einer Abstinenz anderer, demokratischer Angebote. Damit bleibt es Aufgabe der politischen Bildung, Formate zu entwickeln und anzubieten, um Desinformation, Demokratiefeindlichkeit und Hass zu begegnen.

Perspektiven der politischen Medienbildung

Kritische politische Medienbildung ist der Ansatz, der hier Erfolg verspricht. Das heißt, Menschen zu

befähigen, sich aktiv mit den Medien, die sie umgeben und die sie nutzen, auseinanderzusetzen. Sie sollen lernen, diese Medien zu verstehen, eine kritische, bewusste Haltung ihnen gegenüber einzunehmen und sie kompetent zu nutzen.

Projekte wie *pre:bunk* folgen diesem Ansatz und versuchen, im Dickicht des TikTok-For-You-Feeds Nutzende zu erreichen. Sie bereiten sie auf das Informationschaos und die narrativen sowie technischen Methoden vor, die ihnen auf digitalen Plattformen wie TikTok begegnen. Dies geschieht in einer Zeit großer politischer Bewegungen und Konflikte, die zwangsläufig zu Unsicherheiten und Orientierungslosigkeit führen können. Digital Streetwork – also präsenzte Angebote im digitalen Raum, die dann genutzt werden können, wenn sie gebraucht werden – ist ein Ansatz, der die Landschaft der digitalen politischen Bildung sinnvoll ergänzen kann.

Dr. Tobias Fernholz

Bundeszentrale für politische Bildung

Zum Geleit

Möglicherweise ist Ihnen und Euch der Begriff „Pädagogisches Community Management“ hier das erste Mal untergekommen, und Ihr fragt Euch, was genau das sein soll, aber irgendwie neugierig gemacht hat es Euch schon ... Dann lade ich Euch herzlich ein, Euch auf einen innovativen Ansatz von Bildungsarbeit mit jungen Menschen in Sozialen Medien einzulassen, der seit seiner Erfindung als Prototyp der Digital Streetwork in der Amadeu Antonio Stiftung im Jahre 2015 in nun über 20 Projekten in der DACH-Region angewandt wird. Pädagogisches Community Management (PCM) ist Teil der Tradition, angesichts neuer Entwicklungen auf Social Media immer wieder mit innovativen Bildungsformaten Lösungen für die Folgewirkungen von Desinformation und Hassrede zu suchen.

Gerade in Zeiten, in denen die gesellschaftlichen Herausforderungen umfangreich, oft überfordernd sind – Infektion, Invasion und Inflation schütteln hierzulande ordentlich am Gerüst und schaffen den Eindruck eines permanenten Krisenmodus. Entwicklungen wie das chaotische Ende der Ampelregierung und die Neuwahlen in Deutschland vermitteln dies noch mehr und werfen vor allem junge Menschen in das Gefühl, auf einer stark schwankenden Weltkugel zu sitzen. Antworten suchen und finden sie in ihrer Lebenswelt in den Sozialen Medien wie TikTok – doch auch hier gibt es ein Meer von widersprüchlichen Informationen und Inhalten: Die schwankende Weltkugel bildet sich wie ein Spiegelbild der gesellschaftlichen Umstände und Erklärungsansätze ab. Was also hilft gegen das Unwohlsein, die (mediale) Überforderung und auch die Einsamkeit vor dem Display während solch herausfordernder Zeiten, in denen vielleicht trotz des gerade gehaltenen Handys die Beine irgendwie nicht ganz gerade am Boden haften?

Pädagogisches Community Management ist ein Tool, um in der Lebenswelt der Sozialen Medien Euch und Ihnen selbst, aber vor allem auch jungen Menschen ein wenig die Seekrankheit, den Schwindel und die Orientierungslosigkeit zu nehmen. Es kann als Anker und Anlaufstelle helfen, Ordnung und Einordnung in die schwankenden Narrative der bodenlosen Content-Maschine TikTok oder anderer Sozialer Medien zu bringen und Medienkompetenz herzustellen.



Das Innovative an diesem vorliegenden Ansatz ist, dass er Community Management, das es schon seit Beginn der Sozialen Medien gibt (bereits seit 2008 existiert der Bundesverband Community Management e.V. (BVCM)), mit einem sozial-professionellen pädagogischen Anspruch an Digital Streetwork und mit Prebunking-Methoden zusammenbringt und sie vereint. So sind die Inhalte, die kreiert werden und mit denen im Pädagogischen Community Management online Angebote gemacht werden, nicht Marken- und Marketing-orientiert, sondern sie haben den Anspruch, politische Bildung gegen Desinformationen und Hassrede und gegen die damit erzeugte Desorientierung und Einsamkeit zu sein. Pädagogisches Community Management hat das Ziel, eine nachhaltige Gegenwirkung zu entwickeln – gegen das Schwanken der Weltkugel auch auf Sozialen Medien.

Auch in dieser Publikation zeigt die Amadeu Antonio Stiftung, dass sie als etablierter Akteur im Feld der Online-Arbeit nicht stehen bleibt, sondern sich beständig weiterentwickelt. Die Themen der vorliegenden Broschüre reagieren auf die Fortentwicklung von Digital Streetwork als Profession der



»Auch in dieser Publikation zeigt die Amadeu Antonio Stiftung, dass sie als etablierter Akteur im Feld der Online-Arbeit nicht stehen bleibt, sondern sich beständig weiterentwickelt.«

Sozialen Arbeit, die nun in den Bereich des Community Organizing, der digitalen Gemeinwesenarbeit geht. Insbesondere der für pädagogische Fachkräfte wichtige Aspekt des Selbstschutzes und der Selbstfürsorge, um die psychische Belastung durch Hasskommentare und herausfordernde Situationen zu bewältigen, ist eine Fortentwicklung der Praxiserfahrungen, ebenso wie die Kommunikation und Interaktion in der Community einem Empowerment-Ansatz folgt, bei dem die Bedürfnisse und Anliegen der Nutzer*innen im Mittelpunkt stehen.

Das PCM-Konzept basiert auf einem Selbstverständnis und klar definierten Zielen, die als Grundlage für die tägliche Arbeit dienen. Die inhaltlichen Angebote richten sich an Adressat*innen, die sich auf TikTok in Bezug auf Medienbildung, aktuelle Informationen und Debunking engagieren, aber zugleich Schwierigkeiten haben, sich medienkompetent durch audiovisuelle Content-Plattformen zu navigieren. Die Stärke des Konzepts besteht in der „Content Creation“ auf einer Plattform wie TikTok, die extrem

herausfordernd ist, weil es ohne TikTok-kompatible Inhalte kaum möglich ist, junge Menschen dort zu erreichen. Sich diesem Problem mit Erfahrung und einer gewissen Chuzpe zu stellen und etwas Innovatives wie das PCM entstehen zu lassen, kann eine enorme Wirkung entfalten. Nicht nur bei denen, die das Angebot des PCM-Kanals @prebunk in Anspruch nehmen, sondern auch bei denen, die es lesen und inspiriert für ihre Digital Streetwork weiterentwickeln werden. Denn eins steht fest: Auch wenn die Weltkugel seit 2015 schon einige Male ordentlich schwankende Runden gedreht hat – die Wirkung der Ideen aus der Amadeu Antonio Stiftung hat sich heute schon nachhaltig in weiteren sozial- und bildungsorientierten Angeboten in Bayern und anderen Bundesländern verfestigt.

Christina Dinar

Katholische Hochschule für Sozialwesen Berlin
Begründerin des Ansatzes, Forscherin zu und Expertin für Digital Streetwork

Über diese Handreichung – eine Gebrauchsempfehlung

Liebe Entdecker*innen,

mit unserem Projekt *pre:bunk* haben wir erstmalig unser sozialpädagogisches Konzept der Digital Streetwork für TikTok adaptiert und zwei Jahre lang erprobt.² Im ersten Jahr haben wir den *pre:bunk*-Kanal auf TikTok (@prebunk) aufgebaut, Follower*innen gesammelt, fleißig Videos gedreht, den Stammtisch für kollegialen Austausch etabliert, Livestreams realisiert und natürlich auch Workshops gegeben, Vorträge gehalten sowie die Öffentlichkeit und die Politik mit Einschätzungen und Interviews versorgt. Mithilfe unseres Beirats und den aus den Stammtischen abgeleiteten Bedürfnissen haben wir unsere Erkenntnisse immer wieder hinterfragt und unser Vorgehen entsprechend angepasst.³

Nachdem der Kanal erfolgreich etabliert war, gingen wir an die Umsetzung unserer Idee: ein klassisches Community Management mit pädagogischen und empowernden Aspekten zu kombinieren. Die Community im Blick zu behalten, für sie präsent zu sein und sie zu unterstützen, sind wichtige Faktoren in der Onlinepräventionsarbeit. Denn junge Menschen sind permanent online und trennen nicht zwischen der Online- und der Offline-Welt.

Für sie ist beides das #RealLife.

Das bedeutet insbesondere für pädagogische Fachkräfte, die Online-Lebenswelten gleichwertig anzuerkennen, um gute Jugend(sozial)arbeit online leisten zu können. Wie wir wissen, sind Soziale Netzwerke wie TikTok einige der wichtigsten Kommunikationskanäle für Akteur*innen aller Art, darunter z.B. auch Politiker*innen. Hier haben sie die Möglichkeit, innerhalb kürzester Zeit ungefiltert Millionen junge Menschen zu erreichen – denn TikTok ist eine der von Jugendlichen und Heranwachsenden meistgenutzten Plattformen.⁴ Hier werden allerdings nicht nur informative und positive Inhalte verbreitet, sondern auch solche, die vor allem Wut auslösen sollen, polarisieren und damit große Reichweite erlangen. Umso wichtiger ist es, dass wir im Rahmen unserer *pre:bunk*-Angebote, die dem etwas entgegengesetzten, ansprechbar sind, Fragen beantworten und auf

Unklarheiten reagieren. Damit möchten wir junge Menschen befähigen, Falschinformationen zu identifizieren und sich medienkompetent und selbstbestimmt durch den unendlichen Stream von Kurzvideo-Content zu navigieren. Wir möchten damit aber auch alle pädagogischen Fachkräfte ermutigen, sich online in Sozialen Medien zu bewegen, diese Lebenswelt von Heranwachsenden neugierig zu erkunden und insbesondere die Scheu vor TikTok ein klein wenig abzulegen.

Im Projekt *pre:bunk* haben wir erprobt, wie das geht und wie sich auch mit den Downsides der Plattform umgehen lässt. Unsere Werkzeuge und Erfahrungen sind in den folgenden Kapiteln nachlesbar: z.B. Schritte im Umgang mit Trollen, wie auf Hass und Hetze reagiert werden kann und worauf wir beim Eigenschutz achten sollten.

Unserem so entstandenen und in dieser Art bisher einzigartigen Konzept haben wir den Namen „Pädagogisches Community Management (PCM)“ gegeben. Das Konzept ist dynamisch und, da es keinen vergleichbaren Ansatz gibt, mitnichten fertig erprobt. Es entspringen daraus vielfältige Möglichkeiten, sich kreativ und inspirativ weiterführend mit ihm zu beschäftigen. Wir laden Euch dazu ein, die vorliegende Handreichung, ganz nach Euren Interessen und Anliegen ...

► als Ergebnis- und Erkenntnisbericht
des Projekts *pre:bunk* zu verstehen

► als Idee für eine neue Form von Community
Management zu lesen

► als Inspiration zu nehmen, um daran
weiterzudenken

► als Grundlage und Anleitung zu nutzen,
um selbst das PCM zu erproben

Pickt Euch das heraus, was Euch anspricht, und meldet Euch gern mit Euren Impulsen bei uns zurück. Wir sind gespannt auf Eure Erfahrungen und wünschen viel Spaß beim Lesen und Entdecken.

Cornelia Heyken

Pädagogisches Community Management (PCM)

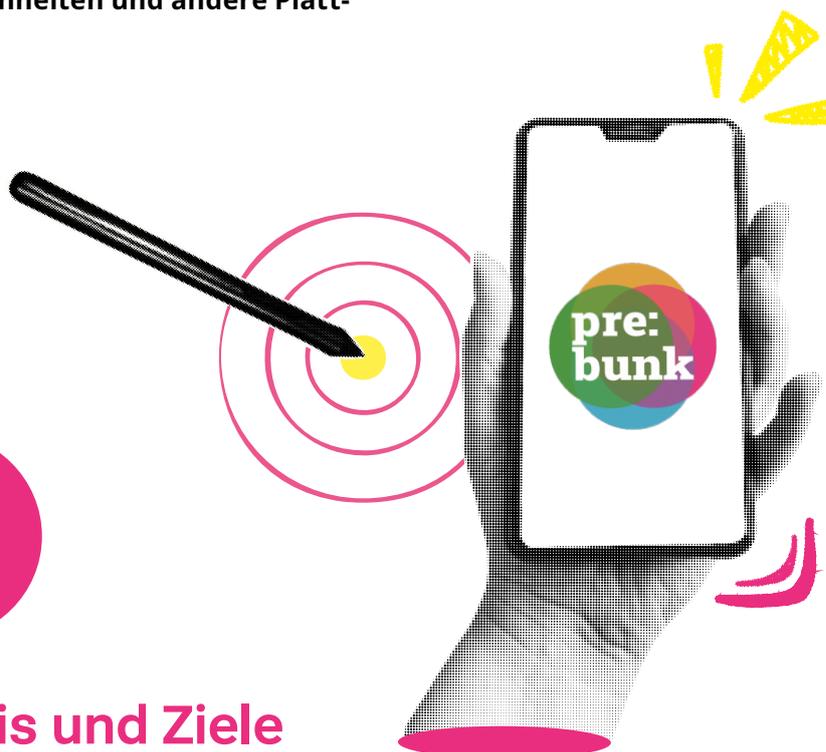
Wichtig zu sagen ist, dass wir das Rad nicht neu erfunden haben. Es gibt bereits eine Vielzahl an großartigen Materialien zum Community Management und zur Empowerment Speech. Diese Grundlagen bilden die Basis für unser PCM, das wir mit eigenen Erfahrungen und Ideen angereichert haben. Das vorliegende Konzept ist vorwiegend auf *pre:bunk* zugeschnitten und für TikTok angepasst und enthält daher Spezifizierungen, die Ihr nach Bedarf an eigene Gegebenheiten und andere Plattformen anpassen könnt.

1.

Selbstverständnis und Ziele

In der pädagogischen Arbeit sind ein Selbstverständnis und die Ziele von großer Bedeutung. Sie bieten die Grundlage für die tägliche Arbeit und dienen dazu, sich stetig rückversichern zu können, ob die professionellen Standards eingehalten werden.

Auch wenn die Struktur und der Rahmen für ein Konzept bereits stehen, kann es manchmal nicht so einfach sein, Ideen sinnvoll anzuordnen und auszuformulieren. Für uns war es daher sehr hilfreich, ganz zu Anfang das Selbstverständnis und die Ziele von *pre:bunk* und unseres PCM nochmal geordnet und prominent festzuhalten. Warum „nochmal“? Weil sich vielleicht die Frage stellt, wozu diese Punkte auflisten, wenn sie doch bereits mehrfach in Anträgen, Projektbeschreibungen, auf der Homepage und in anderen Handreichungen formuliert sind? Das lässt sich leicht beantworten: Sie geben kurz und knapp die wichtigsten Basisinformationen, auf denen alles aufbaut; sie helfen dabei, mit einem fokussierten Blick in das Konzept einzusteigen, und leiten somit gut ins Konzept hinein; sie sorgen außerdem für Transparenz und tragen damit zur pädagogischen Professionalität bei.



Wie kann eine solche Ausformulierung aussehen: am Beispiel von *pre:bunk*

pre:bunk ist ein Projekt der Amadeu Antonio Stiftung, gefördert von der Bundeszentrale für politische Bildung. Es ...

...steht zu den Werten des Grundgesetzes: Wir verteidigen auch online die Vielfalt und Würde des Menschen, die Meinungsfreiheit und unsere Rechtsstaatlichkeit.

...möchte Brücken über digitale Kluften schlagen: Wir schaffen Zugänge zu Informationen und unterstützen einen konstruktiven Dialog ohne Hass und Desinformationen.

...ist eine praktische und nachhaltige Orientierungshilfe: Wir helfen dabei, aktuelle Berichterstattungen differenziert einzuordnen und wirken damit präventiv gegen Desinformation.

...schafft ein lebensweltorientiertes Angebot: Wir bieten Nutzer*innen und Creator*innen Kurzvideos, Livestream-Sprechstunden und engagierte medienpädagogische Gegenrede an.

...arbeitet auch pädagogisch: als Digital Streetworker*innen (DS*innen) wollen wir ansprechbar sein und auf Augenhöhe mit jungen Menschen in den Austausch kommen, sie befähigen, Falschinformationen zu identifizieren und sich medienkompetent und selbstbestimmt durch den unendlichen Stream von Kurzvideo-Content zu navigieren.

...hält sich an die Regeln und Community Management (CM)-Guidelines von TikTok



www.tiktok.com/community-guidelines/de-de/

→ **TikTok-Guidelines für Community Management**



www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/prebunk-digital-streetwork-im-videoformat/

→ **Projektseite von pre:bunk – Digital Streetwork im Videoformat**

Authentische Kommunikation:

Wir sind als Moderator*innen, Community Manager*innen (CM*innen) und Pädagog*innen authentisch und zeigen echtes Interesse an unseren Mitgliedern.

Regelmäßige Interaktion:

Wir tauschen uns regelmäßig in den Kommentaren mit User*innen aus, um das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und das Engagement aufrechtzuerhalten.

Wertvoller Content:

Wir bieten hochwertige Inhalte, die die Bedürfnisse und Interessen unserer Adressat*innen ansprechen und einen Mehrwert liefern. Dabei setzen wir auf Qualität, um das Vertrauen in unsere pädagogische Arbeit zu stärken.

Ausdauer und Geduld:

Der Aufbau einer erfolgreichen Community braucht Zeit und kontinuierliche Anstrengungen, wir bleiben geduldig.

Feedback:

Wir nehmen das Feedback von Kommentator*innen ernst und nutzen es, um das Community Management kontinuierlich zu verbessern und Content zu produzieren, der zusagt und einen pädagogischen Mehrwert liefert.

Pflege Deine Begeisterung:

Wir lassen unsere Begeisterung und Leidenschaft für unser Projekt in die Community einfließen und versuchen so die Nutzer*innen immer wieder aufs Neue zu inspirieren.

Hilfestellung:

Bei Fragen und Unklarheiten zu unseren Videos und darüber hinaus stehen wir zur Verfügung und helfen gerne weiter.

Pädagogische Arbeit:

Im Rahmen unserer Präventionsarbeit stehen neben dem Community Management auch pädagogische Fachkräfte zur Seite und bieten bei Bedarf und auf Wunsch auch One-to-One-Betreuung und Beratung an.



www.ulrikestorny.com/anleitung-aufbau-community-management/#8_Best_Practices

→ **Anleitung für den Aufbau eines Community Managements** (ulrikestorny.com)



www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien/Forschung/WhitePaper_HalloLiebeCommunity_DIGITAL.PDF

→ **White Paper „Hallo liebe Community! Konstruktive Online-Debatten fördern durch bestärkende Moderation“** (medienanstalt-nrw.de)



www.der-socialmediamanager.de/grundregeln-fur-gute-tonalitaet-community/#comment-11283

→ **Fünf Grundregeln für eine gute Tonalität in Eurer Community** (der-socialmediamanager.de)

Auch wir halten uns an unsere Netiquette.⁵



www.tiktok.com/@prebunk/video/7242295077320559898?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7325770525082863136

→ **Die pre:bunk-Netiquette**

2.

2. Adressat*innen

Ebenso wichtig, wie die Ziele und das Selbstverständnis zu Beginn aufzuführen, ist es, sich auch nochmal die Adressat*innengruppe des Projekts am Anfang präsent vor Augen zu halten. Denn an ihr orientiert sich der gesamte pädagogische Anteil des Konzepts. Zugleich richtet sie sich maßgeblich nach den Vorgaben der Fördermittelgebenden.

Wie kann eine solche Auflistung aussehen: am Beispiel von *pre:bunk*

Das Projekt *pre:bunk* wird durch die Bundeszentrale für politische Bildung gefördert und unterliegt daher deren Richtlinien der Projektförderung. Das Projekt richtet sich an junge Menschen zwischen 12 und 27 Jahren, umfasst also Kinder⁶, Jugendliche⁷ und junge Volljährige⁸, die ...

... bereits positiv zum Videodiskurs im Bereich Medienbildung beitragen, aktuelle Informationen und Debunking unterstützen

... aufgrund ihrer demokratischen Haltung Ziel von Hassrede und Trolling werden

oder

... überfordert damit sind, Videoinhalte zu überprüfen, oder im Alltag Erfahrungen mit der Verbreitung von Falschinformationen machen und Hilfe benötigen

... Schwierigkeiten haben, sich medienkompetent durch audiovisuelle Content-Plattformen zu navigieren

... daran scheitern, konsumierte politische Inhalte zu verstehen und einzuordnen

... unbewusst Desinformation verbreiten

*... als Creator*innen daran scheitern, politische Inhalte formal richtig (nicht in der Positionierung) wiederzugeben, und Misinformationen verbreiten*

oder

... Anzeichen von Wissenschaftsfeindlichkeit und Pseudoskepsis aufweisen

*... sich misstrauisch gegenüber demokratischen Institutionen, Akteur*innen, Prozessen äußern*

... pauschale Medienkritik formulieren oder kein Vertrauen in Journalismus haben

... die aktuelle Berichterstattung fälschlich kontextualisieren, um Stereotype und menschenfeindliche Argumentationen zu füttern

... ein manichäisches/dualistisches Weltbild oder eine stark polarisierende Sicht haben

3.

3. Kommunikation und Interaktion in der Community

Wir interagieren aktiv mit den User*innen und nehmen uns die Zeit, Bedürfnisse und Anliegen zu verstehen. Denn echtes Interesse an den Beiträgen und Kommentaren ist ebenso wichtig wie zeitnahe Reaktionen darauf. Wir bieten einen Mehrwert, indem wir Nutzer*innen in Diskussionen einbeziehen, ihre Fragen beantworten, das Networking untereinander fördern sowie Konflikte begleiten und Trolling moderieren. Außerdem ist es wichtig, alle Beiträge und Erwähnungen zu sichten, positive Kommentare zu liken und – falls angebracht – mit einem passenden Text zu beantworten. Ein kurzes „Danke für das nette Feedback“ oder „Schön, dass Du unsere Videos magst!“ drückt Wertschätzung aus, wirkt menschlich und kann zu weiteren positiven Interaktionen anregen. Es macht auch Sinn, selbst anderen Kanälen zu folgen, auf deren Inhalte proaktiv zu reagieren oder diese auf den eigenen Kanälen zu teilen.

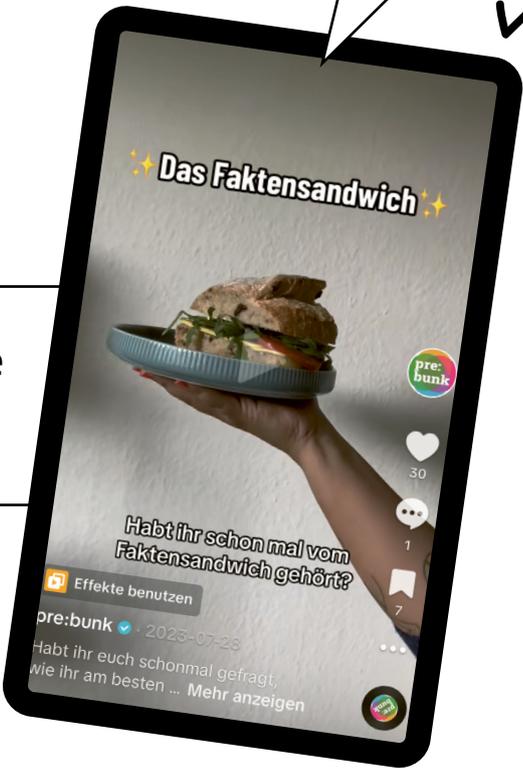


www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/kinder-und-jugend/kinder-und-jugendschutz/bundeskinderschutzgesetz/das-bundeskinderschutzgesetz-86268

→ **Das Bundeskinderschutzgesetz**
(Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2022)

„Schön, dass Du unsere Videos magst!“

„Danke für das nette Feedback“



3.1. Ansprache mit One-to-Many und One-to-One

Wir wollen im Rahmen der Präventionsarbeit ein diverses Publikum an jungen User*innen mit einer One-to-Many-Ansprache erreichen und auf Augenhöhe und möglichst inklusiv mit ihnen kommunizieren, sodass sie uns ebenfalls gern kontaktieren, wenn sie Unterstützung brauchen. Darüber hinaus bieten wir auch One-to-One-Kommunikationen an, wenn es erwünscht ist und darum gebeten wird.

Ein Empowerment-Ansatz ist wichtig für den Umgang mit unserer Zielgruppe, und dennoch ist die Kommunikation in Bezug auf Grenzen ebenso wichtig. Unsere Präventionsarbeit widmet sich der Aufklärung über Radikalisierung und Desinformation auf TikTok, und dafür ist ein nahbarer und zugleich professioneller Umgang sehr wichtig. Dazu interagieren wir sowohl mit unserem *pre:bunk*-Kanal als auch mit einem dazugehörigen pädagogischen Profil.



Unser pädagogisches Begleitprofil

Dieses Profil ist ein Resultat aus dem ersten *pre:bunk*-Jahr. Nachdem keine Einzelfallberatung wahrgenommen wurde, haben wir uns dahingehend selbstkritisch hinterfragt und wollten neue Wege ausprobieren. So können wir mit dem *pre:bunk*-Kanal in der One-To-Many-Kommunikation die Aspekte einer klassischen Moderation bedienen. Gleichzeitig berücksichtigen wir die pädagogischen Aspekte, indem wir ein sozialarbeiterisches Profil zur Verfügung stellen, das neben der One-To-Many-Interaktion auch die One-to-One-Kommunikation leistet, damit noch persönlicher und nahbarer ist sowie die entsprechenden Qualifikationen mitbringt.



Schaubild zur pädagogischen Intervention und Interaktion. © Cornelia Heyken

In beiden Fällen, für One-to-Many und One-to-One, gelten grundlegende Kommunikations- und Interaktionsregeln:

- direkte Ansprache
- auf Augenhöhe
- konstruktiv
- einfach, inklusiv
- interessiert, nachfragend
- auf die Community reagieren (Q&A)
- Machtebenen benennen
- Ehrlichkeit und Grenzen
- unterstützend, empowernd
- Netiquette beachtend

Im Allgemeinen ist unsere Kommunikation also, den pädagogischen Standards entsprechend, sachlich, empathisch, informativ und bedürfnisorientiert angelegt – wir kommunizieren so wie in der Offline-Jugend(sozial)arbeit auch: offene und neutrale Grundhaltung, Sachverhalte erklären, Hintergrundinformationen geben (ohne in Suggestion zu verfallen), Beratung in den unterschiedlichsten Lebenslagen, von Anfeindungen Betroffene unterstützen, weitere Anlaufstellen empfehlen. Wir eröffnen jungen Menschen Handlungsräume, versuchen sie in Hinwendungsprozessen (zu z.B. menschenfeindlichen Einstellungen) abzuholen und zeigen ihnen ihre Selbstwirksamkeit auf. Insbesondere in herausfordernden Diskussionen und Interaktionen halten wir uns an den sozialpädagogischen Grundsatz anerkennender und wertschätzender Jugendarbeit: *Nicht du bist problematisch, sondern deine Aussage ist es.*⁹

Dabei gilt immer: Ein One-to-One-Kommunikationssetting wird in unserer Arbeit nur auf eindeutige Initiative einer Person oder Gruppe hin ausgestaltet. Hierbei bildet eine direkte Anfrage an den *pre:bunk*-Kanal oder den *pre:bunk*-Pädagog*in-Account via Privatnachricht den Moment, der als eindeutige Initiative der Person(en) definiert wird. Einzelpersonen und Accounts werden von uns nicht proaktiv angeschrieben. Somit ist einer der wichtigsten Standards der Digital Streetwork gegeben: Das Angebot kann komplett freiwillig angenommen werden. Zudem erlegen wir den Nutzer*innen nicht unsererseits eine vermeintliche Bedürftigkeit auf. Mit diesem Grundsatz ist ein pädagogisch professionelles Agieren möglich.

Unsere Art der Kommunikation und Interaktion in der Community beschreiben wir in ihrer Gesamtheit als **Empowerment Speech mit präventiv-pädagogischem Auftrag**, kurz **Pädagogisches Community Management (PCM)**. Sie unterscheidet sich z.B. von klassischer Counter-Speech und/oder Gegenrede sowie von einer Moderation, die eher ermahnend,

löschend und Diskussionen verhindernd arbeitet. Wir möchten bewusst mit den Menschen reden, eine gute Debattenkultur fördern und nicht gegenreden. Unsere Interaktion basiert daher auf dem Konzept der Empowerment-Moderation von Marc Ziegele und Dominique Heinbach, das informative, emotionale und soziale Aspekte der Ansprache unterscheidet und zusammenführt:



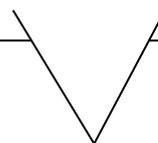
Aufbauend auf dem sozialpsychologischen Konzept der sozialen Unterstützung haben wir das KASI-Prinzip entwickelt. Es stellt Redaktionen drei Stile der Empowerment-Moderation zur Verfügung: den kognitiven Stil (K), den affektiven Stil (A) und den sozial-integrativen Stil (SI). Die Stile unterscheiden sich in ihrer Zielsetzung und in ihrer Ansprache der Nutzenden:

Der kognitive Stil zielt mittels seiner sachlichen Ansprache darauf ab, einen inhaltlichen Mehrwert in Online-Diskussionen zu schaffen, zum Beispiel durch zusätzliche Informationen, Argumente und Perspektiven.

Der affektive Stil kann durch seine empathische Ansprache das Selbstwertgefühl der Nutzerinnen und Nutzer steigern, sie dazu motivieren, persönliche Erfahrungen zu teilen und ihre Emotionen und Empathie zu fördern.

Der sozial-integrative Stil schließlich will durch seine gemeinschaftsorientierte Ansprache den Austausch der Nutzenden untereinander fördern, ihren Zusammenhalt stärken und für eine angenehme Grundstimmung in der Community sorgen.

Alle Stile können, je nach individueller Zielsetzung von Redaktionen, einzeln oder gemeinsam im laufenden Moderationsbetrieb eingesetzt werden.¹⁰





[www.medienanstalt-nrw.de/
fileadmin/user_upload/Neue-
Website_0120/Zum_Nachlesen/
WhitePaper_HalloLiebeCommu-
nity_DIGITAL_210518.pdf](http://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/Neue-Website_0120/Zum_Nachlesen/WhitePaper_HalloLiebeCommunity_DIGITAL_210518.pdf)

→ **White Paper „Halo liebe Community! Konstruktive Online-Debatten fördern durch bestärkende Moderation“** (*medienanstalt-nrw.de*)



[www.amadeu-antonio-stiftung.
de/menschenwuerde-online-ver-
teidigen-social-media-tipps-fuer-
die-zivilgesellschaft/hate-speech/
empowerment-moderation](http://www.amadeu-antonio-stiftung.de/menschenwuerde-online-verteidigen-social-media-tipps-fuer-die-zivilgesellschaft/hate-speech/empowerment-moderation)

→ **Studienzusammenfassung: „Halo liebe Community! Konstruktive Online-Debatten fördern durch bestärkende Moderation“** (*Amadeu Antonio Stiftung*)



[www.amadeu-antonio-stiftung.
de/modsupport](http://www.amadeu-antonio-stiftung.de/modsupport)

→ **ModSupport – Der Guide für deine Kommentarspalte**



[www.der-socialmediamanager.de/
grundregeln-fur-gute-tonalitaet-
community/#comment-11283](http://www.der-socialmediamanager.de/grundregeln-fur-gute-tonalitaet-community/#comment-11283)

→ **Fünf Grundregeln für eine gute Tonalität in Eurer Community** (*der-socialmediamanager.de*)



[www.idz-jena.de/wsddet/
wsd14-09](http://www.idz-jena.de/wsddet/wsd14-09)

→ **Care-Arbeit für Kommentarspalten** (*Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft 2023*)

Inspirierende und kreative Unterstützung für unsere Moderation holen wir uns außerdem gern von unseren Kolleg*innen aus dem Projekt civic.net über ihren Moderationsguide ModSupport.



Abschließend bleibt zu sagen, dass es innerhalb des Projektjahrs zu keinem One-to-One-Kontakt mit dem pädagogischen Profil kam. Aus unseren zehn Jahren Erfahrung in der Konzipierung, Umsetzung und Erprobung von Digital Streetwork für die unterschiedlichsten Kontexte wissen wir jedoch, dass es mitunter lange dauern kann, bis ein One-to-One-Angebot wahrgenommen, gesehen und dann auch angenommen und genutzt wird. Erschwerend hinzu kommt: Je kleiner die Ressourcen, desto länger dauert eine Etablierung von pädagogischer Online-Arbeit. Da wir nur eine halbe Stelle und weniger als ein Jahr zur tatsächlichen Erprobung des pädagogischen Begleitprofils hatten, liegt es nahe, dass wir Ende 2024 an genau dem Punkt sind, an dem es eigentlich mit mehr Ressourcen weitergehen müsste, um erste Erfolge erzielen zu können.

3.2. Netiquette

Damit sich die Mitglieder sicher und respektvoll austauschen können, ist die Festlegung klarer Regeln unerlässlich. Auch, um die Erwartungen an das Verhalten der Mitglieder zu definieren. Insbesondere für destruktive Fälle, in denen keine strafrechtliche Relevanz vorliegt, ist die Festlegung interner Grenzen hilfreich, um sich auf diese Hausregeln berufen zu können. Regeln und Richtlinien für die spezifische Community sind meist in der Netiquette des jeweiligen Community Managements festgehalten. Wir setzen auf leicht verständliche Regeln, die die wichtigsten Verhaltensstandards abdecken:

- Als *pre:bunk*-Team wünschen wir uns auf unserem Profil und in den Kommentaren einen respektvollen Umgang miteinander. Wir freuen uns auf spannende Diskussionen und Austausch miteinander. Wir möchten eine demokratische Debattenkultur fördern und sind selbstverständlich offen für Kritik, Fragen und Anmerkungen.
- Jedoch werden wir als Projekt Hassrede, persönliche Beleidigungen und antidemokratische Kommentare nicht dulden. Dies gilt nicht nur uns gegenüber, sondern auch gegenüber anderen Nutzer*innen. Je nach Schwere des Vorfalls behalten wir uns vor, Kommentare auch nicht auszuspielen bzw. Accounts zu blockieren. Wurdet ihr von uns verwarnt, bitten wir euch, eine Pause zu machen und an einem anderen Tag wieder vorbeizuschauen.
- Auch Inhalte wie Spam und Werbung werden wir entfernen. Wenn wir uns gezwungen sehen, Kommentare zu entfernen, werden wir in den Kommentaren darauf hinweisen, sodass transparent wird, wann und warum ein Beitrag entfernt wurde.



www.amadeu-antonio-stiftung.de/prebunk-netiquette

→ *pre:bunk* Netiquette



www.tiktok.com/@prebunk/video/7242295077320559898?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7325770525082863136

→ *pre:bunk* Netiquette-
Video auf TikTok



3.3. Erreichbarkeit

Ein sehr wichtiger Aspekt von Digital Streetwork ist die transparente Darstellung der verlässlichen Erreichbarkeit auf dem Account/Profil. Diese sollte immer leicht auffindbar notiert sein. Wenn Community Management mit pädagogischen Aspekten kombiniert wird, muss dies auch dafür gelten. Insbesondere für Adressat*innen in akuten Krisensituationen kann es enorm wichtig sein zu wissen, wann die Mitarbeiter*innen da sind und wann sie mit Antworten rechnen können. Zudem kann auch auf anderweitige Projekte verwiesen werden, bei denen rund um die Uhr an allen Tagen des Jahres jemand erreichbar ist (z.B. Kriseneinrichtungen, Online-Krisenberatung), sodass Adressat*innen sich in höchster Not an diese wenden können. Ebenso können hier Hinweise auf staatliche Stellen, insbesondere auf Polizei und Rettungsdienste, eingebunden und Beispiele für Hilfsansuchen angeführt werden, bei denen unabdingbar und unmittelbar eine derartige Institution verständigt werden sollte.¹¹

Da das Projekt *pre:bunk* im Rahmen einer üblichen Lohnarbeit ausgeführt wird und in seinen Arbeitszeiten nicht 24/7-Notfall- oder Kriseneinrichtungen gleicht, ist der Account nicht sieben Tage die Woche 24 Stunden am Tag erreichbar. Unser Team arbeitet zumeist montags bis freitags. Wir versuchen, private Nachrichten innerhalb von 48 Stunden zu beantworten. Das kann aber – z. B. wegen Urlaub; Krankheit oder anderer Umstände – nicht immer funktionieren. Bei dringenden Anliegen empfehlen wir den Nutzer*innen für die Kontaktaufnahme unsere Mailadresse ds@amadeu-antonio-stiftung.de und kennzeichnen das auch entsprechend auf der Webseite.¹² Zudem sind wir zu festen Zeiten auf verschiedenen Plattformen aktiv. Wenn Nutzer*innen in diesem Zeitraum dort mit uns in Kontakt treten, dann können wir direkt kommunizieren. Aktuelle Zeiten und bespielte Plattformen der allgemeinen Digital Streetwork der Amadeu Antonio Stiftung können der Homepage entnommen werden.¹³

3.4. Rolle als Community Manager*in

Ein*e Community Manager*in ist das Bindeglied der Community. Er*sie spielt eine zentrale Rolle bei der Betreuung der Mitglieder und ist für den reibungslosen Ablauf und den Austausch innerhalb der Community verantwortlich. Die Aufgaben sind vielfältig und reichen von der Moderation von Diskussionen über die Erstellung von Inhalten bis hin zur Entwicklung von Strategien zur Mitgliederbindung. Der*die Community Manager*in sollte die Bedürfnisse und Wünsche der Community-Mitglieder beobachten, kennen und verstehen. Er*sie ist der Mittelpunkt, der die Community zusammenhält.

Welche Fähigkeiten und Qualitäten benötigt ein*e Community Manager*in? Empathie ist von entscheidender Bedeutung, um die Bedürfnisse der Mitglieder zu erkennen und darauf einzugehen. Außerdem verlangt es Organisationstalent, den Überblick über Inhalte, Diskussionen und Aktivitäten zu behalten. Schließlich kann der*die Community Manager*in durch Proaktivität und Engagement die Community motivieren und inspirieren.



www.ulrikestorny.com/anleitung-aufbau-community-management/#8_Best_Practices

→ **Anleitung für den Aufbau deines Community Managements**
(ulrikestorny.com)



www.bvcm.org/wp-content/uploads/2021/11/160226-Whitepaper-Stellenprofil-Community-Manager.pdf

→ **White Paper Stellenprofil für Community Manager** (Bundesverband für Community Management e.V. 2016)



[www.der-socialmediamanager.de/
grundregeln-fur-gute-tonalitat-com-
munity/#comment-11283](http://www.der-socialmediamanager.de/grundregeln-fur-gute-tonalitat-community/#comment-11283)

→ **Fünf Grundregeln für eine gute Tonalität in Eurer Community** (*der-socialmediamanager.de*)



www.idz-jena.de/wsddet/wsd14-09

→ **Care-Arbeit für Kommentarspalten** (*Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft 2023*)

Der BVCM beschreibt die Rolle des Community Managements wie folgt:



*„[Community Manager*innen] führen den direkten Dialog mit den Anspruchsgruppen und sind Gesicht und Sprachrohr für eine Organisation nach außen. Gleichzeitig sind sie Vertrauensperson für die Community und ihr Sprachrohr in die Organisation hinein.“¹⁴*

Für unser Projekt sind nicht alle Punkte relevant. Der*die Community Manager*in erstellt bei uns zumeist selbst keinen Content und ist auch nicht das Sprachrohr für die gesamte Organisation (hier die Amadeu Antonio Stiftung) nach außen noch Sprachrohr für die Community in die Organisation hinein. Bei uns treffen dennoch viele Punkte zu: Der*die Community Manager*in ist Bindeglied für die Community innerhalb des Projekts und spielt auch bei uns eine zentrale Rolle in deren empathischer Betreuung.

Dazu gehört:

- ▶ die Betreuung der Kommentarspalten unter unseren Videos
- ▶ die Bedürfnisse der User*innen im Blick zu haben
- ▶ Kritik/Wünsche/Ideen und Stimmungen wahr- und aufzunehmen
- ▶ Fragen zu beantworten und Diskussionen zu moderieren
- ▶ selbst auch proaktiv und engagiert zu sein
- ▶ zu motivieren und zu inspirieren
- ▶ insgesamt den Überblick zu behalten

3.5 Rolle als Pädagog*innen und in der Online-Radikalisierungsprävention

In der pädagogischen Kommunikation – egal ob One-to-Many oder One-to-One – greifen auch im Rahmen des Community Managements die Minimalstandards, welche wir uns im *pre:bunk*-Konzept gesetzt haben.

- **Wir arbeiten auf Augenhöhe und akzeptierend:** Wir nehmen unsere Adressat*innen ernst in ihren Anliegen, in der Krise oder in dem Zustand, in dem sie sich befinden, und bemühen uns darum, dass sich die Situation mindestens nicht verschlechtert.

- **Wir verstehen uns in Teilen als Digital Streetworker*innen und sehen uns in der professionellen Tradition der Streetwork:** Wir respektieren die Regeln, die Standards und auch die Geschichte, aus der sie kommt, und tragen diese weiter in einen gesellschaftsrelevanten Raum im Internet – TikTok.

- **Als Digital Streetworker*innen verstehen wir uns als eine menschenrechtsorientierte Profession:** Wir wissen um die Vulnerabilität der Zielgruppen in unserer Arbeit sowie um die Extraktionsmechanismen von Plattformen und um die Datenerzeugung, die wir mit erstellen. Wir sehen Datenschutz nicht nur individuell, sondern auch kollektiv. Wir lobbyieren daher für mehr Schutz von vulnerablen Gruppen, die von neuen Technologien und ihren negativen Begleitmechanismen besonders betroffen sind und weniger von ihnen profitieren. Menschenrechte gelten für unsere Profession der Streetwork auch im Internet und erfahren durch uns eine aktive Vertretung, insbesondere in der Netzpolitik.

- **Wir verstehen uns bei allem, was wir im Rahmen der Digital Streetwork tun, als medienbildnerisch und demokratievermittelnd:** Wir tragen dazu bei, dass soziale Normen in ungesteuerte digitale Räume kommen. Wir arbeiten partizipativ, vermittelnd, intervenierend, erklärend oder auch präventiv. Wir arbeiten für den digitalen gesellschaftlichen Zusammenhalt.

- **Wir sehen und verstehen, dass es auch Grenzen der Digital Streetwork gibt:** Nicht alle Standards aus der klassischen Offline-Streetwork sind für Digital Streetwork auf TikTok übertrag- und umsetzbar.

Wir orientieren uns darüber hinaus, insbesondere im Falle einer Beratung/Intervention im Einzelkontakt o.ä., am Kinder- und Jugendschutz, an den rechtlichen Grundlagen für die Jugend(sozial)arbeit (SGB VIII), an der DSGVO sowie an sozialarbeiterischen und pädagogischen Grundlagen, Methoden und Konzepten – kurzum: an unseren eigenen Standards, die wir über viele Jahre entwickelt und ausgearbeitet haben.¹⁵

Zur besseren Orientierung, wie wir als Digital Streetworker*innen im Rahmen von Online-Radikalisierungsprävention gut handeln können, welche Haltung wir einnehmen und wie das wirken kann, haben wir eine Übersicht entworfen. (siehe Abb. S. 23)

Für umfassende Informationen zu unserer pädagogischen Arbeitsweise im Rahmen von Digital Streetwork, u.a. zum Thema Schutz der Nutzer*innen im privaten One-to-One-Kontakt, zu Datenschutz, Vertraulichkeit, Transparenz, zum ethischen Rahmen, zur Professionalität der Fachkräfte und ihrer Reflexion der eigenen Rolle, zu Digital Streetwork als Radikalisierungspräventionsansatz, zur Sozialen Diagnostik, zu jugendlichen Sozialisationsprozessen in Online-Räumen, zum rechtlichen Rahmen von Digital Streetwork und zu vielen weiteren Aspekten kann in zwei Grundlagenpublikationen nachgelesen werden.¹⁶



www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/kinder-und-jugend/kinder-und-jugendschutz/bundeskinderschutzgesetz/das-bundeskinderschutzgesetz-86268

→ **Das Bundeskinderschutzgesetz** (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2022)



www.familienportal.de/familienportal/lebenslagen/kinder-jugendliche/kinder-jugendschutz

→ **Kinder- & Jugendschutz** (Familienportal des Bundes)



www.gesetze-im-internet.de/sgb_8/

→ **Sozialgesetzbuch (SGB) – Achtes Buch (VIII) – Kinder- und Jugendhilfe** (Bundesamt für Justiz)

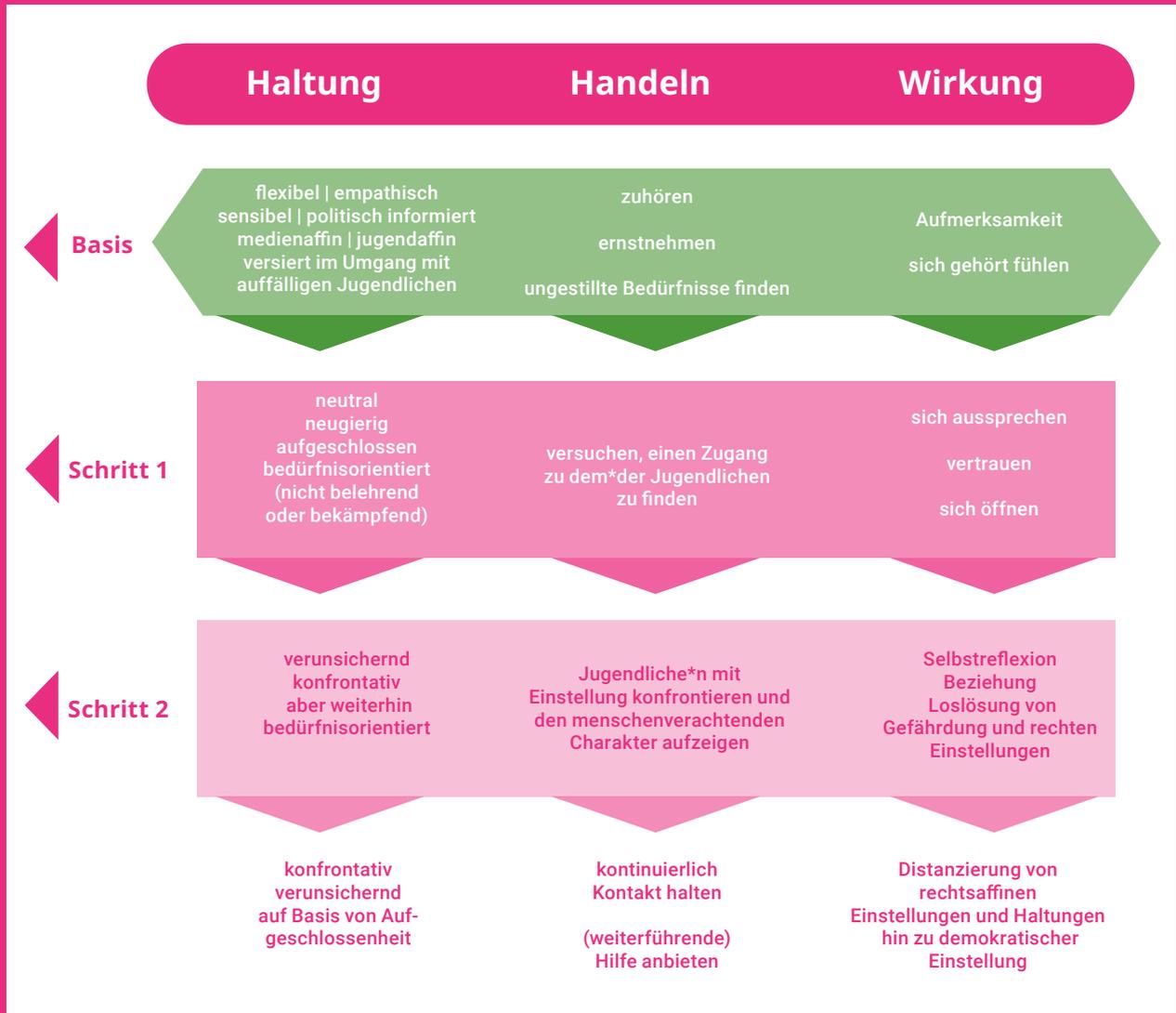


Schaubild zum Ansatz der konfrontativen Verunsicherung auf Basis von Aufgeschlossenheit im Rahmen von Digital Streetwork. © Cornelia Heyken

3.6. Wertschätzung

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Community-Mitgliedern gegenüber Wertschätzung auszudrücken.

- Wir antworten im Rahmen unserer Arbeitszeiten und Möglichkeiten so schnell es geht und persönlich auf Fragen, Anmerkungen und Kritik. Kritik erfordert, insbesondere bei unseren Themen, unter Umständen etwas mehr Sensibilität, vor allem, um die Grenze zu Hetze und Trolling zu erkennen. Auch bei Kritik – berechtigt oder unberechtigt – ist es wichtig, die Wartezeit so gering wie möglich zu halten, damit insbesondere fragwürdige Inhalte nicht zu lange unwidersprochen stehen bleiben.
- Wir fragen regelmäßig nach Ideen, Verbesserungswünschen und Feedback bzw. halten die Augen nach entsprechenden Anmerkungen in den Kommentaren offen. Wir möchten unseren User*innen das Gefühl geben, dass ihre Meinung zählt, und passen unseren Content dahingehend an.
- Wir versuchen auf besonders engagierte Mitglieder zu achten und ihnen gegenüber Wertschätzung auszudrücken, z.B. indem wir auch auf Kommentare, die keine Antwort erfordern, reagieren – mit einem Emoji oder einem einfachen „danke“, ganz im Sinne von Empowerment Speech.
- Wir nehmen die User*innen in der Kommunikation ernst. Wir kommunizieren nicht „von oben herab“.



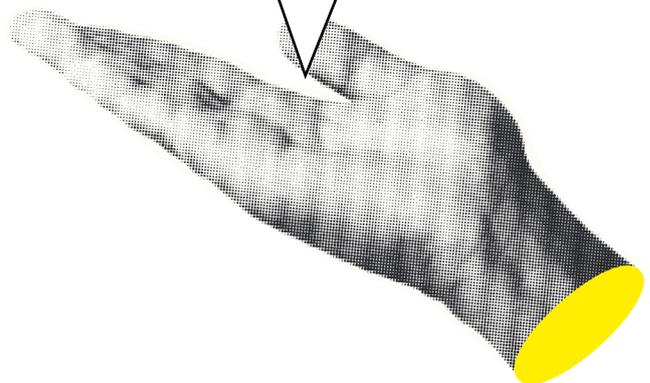
[www.swat.io/de/lernen/
community-management-guide](http://www.swat.io/de/lernen/community-management-guide)

→ **Community Management: Der umfassende Guide für Einsteiger und Fortgeschrittene** (*swat.io*)



www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien_Forschung/WhitePaper_HalloLiebeCommunity_DIGITAL.PDF

→ **White Paper „Hallo liebe Community! Konstruktive Online-Debatten fördern durch bestärkende Moderation“** (*medienanstalt-nrw.de*)



3.7. Aufnahme von Ideen, Themen und Bedarfen aus der Community

Feedback ist der Schlüssel zur kontinuierlichen Verbesserung unseres Kanals und der Community. Die Aufnahme von Ideen, Bedürfnissen und Wünschen nimmt daher auch bei uns einen hohen Stellenwert ein. Wir produzieren Videos für die TikTok-User*innen, und dementsprechend ist es wichtig, das Feedback unserer User*innen ernst zu nehmen und daraus Erkenntnisse und Ideen für neue Videos zu gewinnen. Darüber hinaus erhalten wir auf diesem Weg wertvolle Reflexionsmöglichkeiten zu Schwachstellen unserer Videos.

Was funktioniert? Sind die Videos verständlich? Was kann verbessert werden? Welche Themen sind gerade besonders wichtig? Anhand solcher Fragen können wir besser verstehen, was die Community aktuell braucht.

Welche Methoden zum Einholen von Community-Feedback stehen zur Auswahl? Hier sind Umfragen, Feedback-Formulare oder auch persönliche Gespräche mit Mitgliedern zu nennen. In unserem Fall offenbaren die Kommentare unter unseren Videos Bedürfnisse, Wünsche, Lob und Kritik. Wir sammeln die relevanten Anmerkungen in einem Dokument, um die Themen zu gegebenem Anlass z.B. in einem Video zu verarbeiten.



www.ulrikestorny.com/anleitung-aufbau-community-management/#8_Best_Practices

→ **Anleitung für den Aufbau
deines Community Managements**
(ulrikestorny.com)

Wie entscheiden wir, ob wir mit einem Video oder schriftlich antworten? In der audiovisuellen Onlineprävention taucht diese Abwägung immer wieder auf. Wichtig: Auch hier gibt es keine Antwort, die für alle passt. Oftmals ist es einfach eine Ressourcenfrage. Hier kommt es nicht nur auf Videoproduktions-Ressourcen, sondern auch auf die Menge der Interaktionen in der Kommentarspalte an. In manchen Fällen lassen sich Antworten auf ähnliche Kommentare auch zu einem Video bündeln.

Wir haben bei *pre:bunk* die Regel aufgestellt, Anfragen und konkrete Hilfsbedarfe im Videoformat zu adressieren. Bei Verständnisfragen kann ein Pädagogisches Community Management als Vermittlungsebene dienen, neben dem Hauptinhalt. TikTok bietet die Möglichkeit, direkt auf Kommentare mit einem Video zu antworten, die Frage bzw. der betreffende Kommentar wird dann auch im Antwort-Video angezeigt. Was die Plattform als Interaktion belohnt, kann aber auch eine exponierende Wirkung haben, die in der Onlineprävention nicht gewünscht ist. Marginalisierte und vulnerable Nutzer*innen könnten so zur sichtbaren Zielscheibe werden. Dies gilt es zu vermeiden.

Aber auch Trolle und offenkundig mit Hassinhalten (im Profilbild, Namen etc.) auftretende Nutzer*innen könnten sich über die Sichtbarkeit freuen und Diskriminierungen und Ressentiments auf diesem Weg unfreiwillig weiterverbreitet werden. Daher haben wir im zweiten Jahr entschieden, nur indirekt auf Inhalte zu antworten: also Themen, Fragen und Bedarfe aus der Kommentarspalte zu filtern, ohne die Videoantwortfunktion aktiv zu benutzen.

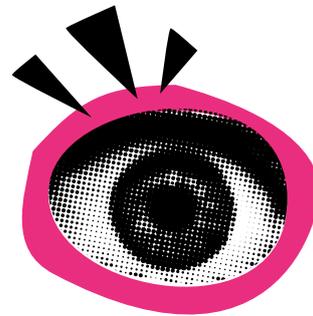
Andere Kriterien in der Abwägung könnten zudem sein:

- **komplexe oder visuelle Inhalte:** Wenn Du eine komplexe Antwort hast, die eine visuelle Erklärung benötigt (z.B. Tutorials, Reaktionen auf visuelle Fragen oder Challenges), eignet sich ein Video besser.
- **persönlicher Kontakt:** Videoantworten wirken persönlicher und authentischer, besonders wenn Du auf individuelle Fragen oder Kommentare eingehst. Mimik und Gestik helfen bei der Vermittlung als zusätzliche Kommunikationsebene. Für Follower*innen entsteht eine engere Bindung, wenn sie Dich direkt in einem Video sehen, anstatt nur Text zu lesen.
- **Videoantworten sind ideal, wenn:** Du eine persönliche Ansprache, kreative Darstellung wie

z.B. einen Sketch, eine visuelle Vermittlungshilfe wie eine Grafik oder einen thematisch passenden Videoschnipsel bieten kannst. Jedes Video ist der Anfangspunkt neuer Interaktionen und sollte bei einer audiovisuellen Plattform das Hauptmittel der Kommunikation sein.

Sinnvoll ist es, in der Kommentarspalte zu antworten, wenn:

- ▶ die Antwort einfach und schnell zu vermitteln ist (z.B. kurze Fakten, Wertschätzung, Links zu mehr Informationen)
- ▶ Antworten nicht genug Material für ein Video bieten, aber dennoch informativ sind
- ▶ es darum geht, eine direkte Diskussion mit eine*r Nutzer*in oder anderen Kommentierenden zu führen – hier ist der Kommentarbereich effizienter und direkter



3.8. Ressourcensparendes Antworten und Emoji-Deutung

In der Regel antworten wir individuell und der Situation angemessen. Für einige Fälle, insbesondere für Themen, die sich immer wiederkehrender Narrative bedienen, haben wir Antworten entworfen, um Ressourcen zu sparen oder sie als Grundbausteine für eine neue Antwort zu verwenden. Diese Antwortbausteine sind sowohl in Langfassungen vorhanden als auch in Kurzversionen, die mithilfe von ChatGPT TikTok-kompatibel so aufbereitet wurden, dass sie mit 150 Zeichen in einen Kommentar passen. Manchmal sind mehrere Kommentare nötig, um eine angemessene Antwort zu geben, die dem Ausgangskommentar gerecht wird.

Die Antwortbausteine können individuell an die jeweilige Einrichtung und deren Ausrichtung bzw. Themenschwerpunkte angepasst werden.

Beispiele aus unserer Arbeit

Thema	Kommentar	Antwort Langfassungen	Antworten für TikTok in 150 Zeichen
Rassismus	Was ist mit Rassismus gegen Weiße?	<p>Rassismus ist eine von vielen Formen der Abwertung und davon, wie Macht in unserer Gesellschaft verteilt ist. Andere Beispiele sind, welches Geschlecht ein Mensch hat, wie alt er*sie ist, ob eine Person arm oder reich ist oder eine Behinderung hat. Rassismus ist nicht nur, was Menschen denken oder sagen. Es geht auch darum, wie die Gesellschaft aufgebaut ist: so, dass manche Menschen Vorteile haben und andere ausgeschlossen werden. All das zusammen – die Art, wie Menschen sprechen, denken und wie die Gesellschaft funktioniert – macht Rassismus aus.</p> <p>„Kartoffel“ mag ein abwertender Begriff sein, ist aber kein Rassismus. Denn hinter dieser Beleidigung steht weder eine jahrhundertealte Geschichte von Kolonialismus, Sklaverei und Eroberung, noch wird eine weiße Person institutionell und gesellschaftlich rassistisch diskriminiert. Stattdessen wird sie gesellschaftlich überall repräsentiert, sei es kulturell oder politisch. Weiße befinden sich in Deutschland, wie auch global gesehen, in einer Machtposition: Wer entscheidet in einer Gesellschaft darüber, was „normal“ ist, wer dazu gehört? Wer hat Zugang zu Ressourcen wie Bildung, Arbeit, Wohnraum? Wer kann sich wie beteiligen, sei es an Kultur, Politik oder Medien?</p> <p>Rassismus drückt sich nicht nur in der Beleidigung einer Gruppe aus. Rassismus zieht sich durch die ganze Gesellschaft. Wenn wir über Rassismus und Macht sprechen, meinen wir Macht auf verschiedenen Ebenen. Es geht nicht nur um die Macht, die Politiker*innen oder wichtige Personen haben, wie z.B., wer Gesetze machen darf. In diesem Zusammenhang bedeutet Macht auch, dass weiße Menschen in Deutschland manchmal Vorteile haben, die Nicht-Weiße oder nicht als Deutsch gelesene Personen nicht immer bekommen. Diese Vorteile nennt man Privilegien.</p>	<p>Rassismus ist ein Machtverhältnis, das Gesellschaft strukturiert. Es geht um Ungleichheit sowie Zugehörigkeit und Nichtzugehörigkeit.</p> <p>Rassismus ist mehr als eine Denkweise. Gesellschaftliche Strukturen von Ungleichheit sowie das Sprechen und die Gedankenwelt machen Rassismus aus.</p> <p>„Kartoffel“ ist abwertend, aber kein Rassismus. Es liegt keine historische, institutionelle oder gesellschaftliche Diskriminierung vor.</p> <p>Weiße haben in Deutschland und global gesehen Macht und Privilegien, sie sind gesellschaftlich, kulturell und politisch überall repräsentiert.</p> <p>Im Kontext von Rassismus sind mit Machtverhältnissen verschiedene Ebenen gemeint. Nicht nur politische Macht, sondern die Privilegien weißer Personen.</p>

Um Kommentare schneller deuten zu können, kann es sehr hilfreich sein, Emojis in einer Liste zu dokumentieren, die häufig in Kommentaren auftauchen und nicht ganz eindeutig sind. Die Kommunikation mit Emojis ist ein äußerst wichtiger Bestandteil von Online- und digitaler Kommunikation und daher unumgänglich. Emojis bereichern Diskussionen¹⁶, sie können zu mehr Klarheit beitragen, werden sogar mittlerweile in professionellen Kontexten empfohlen¹⁸ – sie sind mitunter aber auch sehr politisch¹⁹ und werden zur Verschlüsselung von Hassbotschaften genutzt.²⁰ Es bietet sich an, in der Liste aufzuschlüsseln, in welchen Kontexten die entsprechend auffälligen Emojis häufig genutzt werden und was ihre aktuelle Mehrfachbedeutung ist. Denn, wie wir wissen, Social Media ist schnelllebig, und so können sich auch Emoji-Bedeutungen rasant verändern. Gleichzeitig gibt es jedoch ebenfalls Emojis, die ihre Bedeutung in bestimmten Kontexten bereits über mehrere Jahre beibehalten haben.

Eine solche Emoji-Liste richtet sich nach den Themenschwerpunkten und der Ausrichtung des jeweiligen Accounts. So kann es bei einem Profil, das z.B. Beratung rund um Sexualität anbietet, hilfreich sein, entsprechende Mehrfachbedeutungen von Emojis wie dem Maiskolben, der Aubergine, den Kirschen oder dem Pfirsich (Stand: Oktober 2024) aufzulisten.²¹

In unserem Fall beinhaltet die Liste Emojis, die für eine sogenannte Umwegkommunikation²² genutzt werden: eine Kommunikation, in der z.B. rechtsextremistische Inhalte mit Emojis verschlüsselt werden, um der Plattform-Moderation zu entkommen. Aber auch rechtspopulistische, desinformierende, verschwörungserzählerische Inhalte gehören dazu.²³

Wir haben beispielhaft eine kleine Auswahl zusammengestellt, um zu zeigen, wie eine solche Liste aussehen könnte. (siehe Abb. S. 29)

Ressourcensparende Hilfen für eine schnelle Deutung von Kommentaren und fixe Antworten können, neben sogenannten Standardantworten (Standis) und Emoji-Listen, auch FAQ mit Informationen und näheren Ausführungen oder Glossare auf der Homepage sein, zu denen dann aus dem Profil heraus verlinkt wird. Im Falle von TikTok können auch kleine Videos mit Antworten auf häufig gestellte Fragen erstellt und im Profil fixiert werden.



Emoji	häufig genutzter Kontext	Mehrfachbedeutung
<p>Schaf</p> 	<p>z.B. alles rund um die Corona-Pandemie²⁴, Demos gegen Rechtsextremismus und generell alles, woran Verschwörungsvorstellungen geknüpft sind, sowie politische Kontexte, aber auch alltägliche Themen, die Potential für politische (Um-)Deutungen bieten.</p>	<p>Das Schaf steht für Schlagschafe – gemeint sind damit Personen, die Politik und Medien nicht fundamental misstrauen bzw. nicht an Verschwörungserzählungen glauben. Sie „verschlafen“ angeblich die Wahrheit.²⁵</p>
<p>Clown</p> 	<p>z.B. offen politische Kontexte, aber auch alltägliche Themen, die Potential für politische (Um-)Deutungen und Verschwörungserzählungen bieten</p>	<p>Das Clown-Emoji hat auch innerhalb der rechtsextremen Szene eine Doppelbedeutung. Es wird zum einen – wie in anderen, nicht-rechten Kontexten auch – verwendet, um Aussagen anderer als lächerlich zu markieren. Zum anderen kann es aber auch die Welt als „Clown World“ kennzeichnen. Dies ist eine Erzählung ebenfalls aus rechtsextremen Online-Subkulturen, die besagt, dass alle Politik, die nicht rassistisch und rechtsextrem ist, sondern viel mehr nach sozialer Gerechtigkeit und Gleichwertigkeit strebt, von „Clowns“ gemacht werde, also Unsinn ist – und ergo eine „Clown World“ darstellt. Als Emojis erscheinen dann auch gern ein Clown und eine Weltkugel.²⁶</p>
<p>Blaues Herz</p> 	<p>z.B. offen politische Kontexte, aber auch alltägliche Themen, in denen es Potential für politische (Um-)Deutungen gibt</p>	<p>Beliebt sind auch Farb-Emojis, die sich z.B. zu Reichsflaggen-Farben (schwarz-rot-weiß) zusammensetzen lassen, oder es wird mit blauen Punkten oder blauen Herzen gespielt – dies soll dann die Verbundenheit zur AfD symbolisieren.²⁷</p>
<p>Erhobener Arm</p> 	<p>Das Erhobene-Hand-Emoji wird in Foren mit tendenziell rechtsextremen Inhalten besonders häufig mit heller Haut eingesetzt, zeigte eine Datenanalyse der Süddeutschen Zeitung.²⁸ Eine Recherche der Online-Plattform BuzzFeed bestätigt das für WhatsApp, wo dieses Emoji mit heller Haut insbesondere in rechtsextremen und in QAnon-Gruppen gepostet wurde.²⁹</p>	<p>Die Person mit grüßend erhobenem Arm wird in der rechtsextremen Szene zu einer Person, die den Hitlergruß, also ein „Sieg Heil“, zeigt. Manchmal wird dafür aber auch nur die ausgestreckte Hand verwendet.³⁰</p>

So können KI-Tools das PCM unterstützen

Mit KI³¹ und den richtigen Prompts (die richtigen Fragen an die KI)³² können im PCM und in der schriftlichen Digital Streetwork wertvolle Zeit und Ressourcen gespart werden.

Anpassen von Ton und Stil für spezifische Zielgruppen

KI-Tools können bei der Anpassung von Tonalität und Ansprache helfen, sodass die Kommentare noch stärker auf die Zielgruppe zugeschnitten werden. Mithilfe von Prompts können so auch einfachere Formulierungen und Begriffe gefunden werden. Hierbei empfiehlt es sich für ein gutes Ergebnis, Informationen zu Länge, Format und Stil anzugeben. Auch bei der Überprüfung, ob Inhalte altersgerecht für eine zielgruppenorientiertere Ansprache formuliert sind, kann KI helfen.

So können KI-Tools Digital Streetwork unterstützen:

- ▶ Entwickeln von Infografik-Texten, die Handlungsstrategien oder wichtige Studien aufbereiten
- ▶ Schreiben von kurzen Erklärungen zu Konzepten
- ▶ kurze, freundliche Umfragen oder Feedback-Formulare zur Bewertung von Community-Aktivitäten anlegen
- ▶ Variationen von Antworten auf Standardfragen, z.B.: „Wann beginnt der nächste Workshop?“ oder „Wie kann ich mich anmelden?“
- ▶ Vorschläge von sachlichen, wertschätzenden und lösungsorientierten Antwort-Templates für kritische Kommentare, Bewertungen und negatives Feedback
- ▶ Einbringen von Diskussionsanreizen: z.B. Fragen wie „Was sind eure besten Tipps zum Lernen?“ und Antworten auf diese Beiträge, um den Austausch zu fördern
- ▶ Planung und Strukturierung von Content und Community Management

Durch diese Unterstützung können KI-Tools Routinearbeiten im pädagogischen Community Management übernehmen, den Workflow beschleunigen und es ermöglichen, dass sich die Verantwortlichen stärker auf die inhaltliche und pädagogische Qualität konzentrieren können.

Achtung!

So hilfreich Prompting in der Onlineprävention eingesetzt werden kann – es braucht vor der Veröffentlichung immer nochmal eine Anpassung und Korrektur durch den Menschen. Die persönliche Ansprache muss in der Tonalität passen, und Empathie wird am besten immer noch von der Fachkraft selbst transportiert. Auch die inhaltliche Expertise sollte hier nicht durch KI-Tools ersetzt werden, denn diese sind aktuell noch keine verlässlichen Ersatzangebote zu Fachliteratur und Suchmaschinen und können nicht immer Faktentreue garantieren.

Auch das Thema Datenschutz sollte beim Prompten nicht vergessen werden. Empfindliche Daten von Klient*innen müssen ausgespart oder abstrahiert werden.

3.9. Konfliktmanagement

Konflikte können in jeder Community auftreten, aber sie müssen nicht zu einem Problem werden. Community Manager*innen haben die Aufgabe, Konflikte auf respektvolle und professionelle Weise zu moderieren und zu lösen. Der Umgang mit Konflikten erfordert immer Fingerspitzengefühl und Empathie. Beide Seiten in die Überlegungen einzubeziehen, um die Situation aus verschiedenen Perspektiven zu verstehen, kann sehr hilfreich sein. Für alle Beteiligten akzeptable Lösungen und die Förderung eines offenen Dialogs sind in den meisten Fällen zielführender, als auf Standpunkten zu beharren.

Moderationsstrategien sind auch entscheidend, um eine respektvolle und sichere Umgebung für Deine Community zu schaffen: Setz klare Regeln durch, um unangemessenes Verhalten zu verhindern, und greif bei Verstößen ein! Dabei sollten die Moderationsstrategien nicht einschränkend wirken, sondern das Gefühl von Sicherheit und Zugehörigkeit in der Community stärken.



www.ulrikestorny.com/anleitung-aufbau-community-management/#8_Best_Practices

→ **Anleitung für den Aufbau deines Community Managements**
(ulrikestorny.com)



www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien_Forschung/WhitePaper_HalloLiebeCommunity_DIGITAL.PDF

→ **White Paper „Hallo liebe Community! Konstruktive Online-Debatten fördern durch bestärkende Moderation“**
(medienanstalt-nrw.de)

In unserem Fall ist es besonders wichtig, klare Regeln festzulegen. Aufgrund unserer spezifischen Themen und der Ausrichtung der Amadeu Antonio Stiftung sind in manchen Konfliktsituationen frühzeitiges Eingreifen und Widersprechen nötig. Ein Grundsatz, der für uns gilt, ist: „Wir diskutieren nicht mit Vertreter*innen gefestigter rechtsextremer Weltbilder.“ Weiterhin ist es für unsere Arbeit und die Community nicht nützlich, sich auf lange Diskussionen mit Rechtspopulist*innen, Verschwörungsgläubigen usw. einzulassen, wenn klar erkennbar kein Interesse an einer Einigung besteht und (Gegen-)Argumente nicht beachtet werden. In derartigen Fällen ist es nicht mehr sinnvoll, beide Seiten in die Überlegungen einzubeziehen

und einen offenen Dialog anzustreben. Hier ist es viel wichtiger – auch im Sinne des Jugendschutzes –, klare Standpunkte aufzuzeigen, falsche Behauptungen nicht unwidersprochen stehen zu lassen, Grenzen zu benennen, die Community mit einzubeziehen und die betreffenden Akteur*innen, wenn nötig, zu blocken.

Grenzüberschreitung untereinander (Klient*innen, Adressat*innen)

Beispiel: jemand wird in der Kommentarspalte angegangen

Reaktion:

- Netiquette und darauf verweisen
- streng sein: erst warnen, dann blockieren (wenn andere angegriffen werden)
- wir können mit dem pädagogischen Begleitprofil beim Streitschlichten unterstützen

Grenzüberschreitung unsererseits gegenüber Klient*innen

Beispiel: Vorwurf „Stiftung wirft mit -ismen um sich“, wir machen einen Fehler bei Fact-Checking

Reaktion:

- zu Lücken stehen, Fehler zugeben und korrigieren
- Ambivalenzen und Ambiguität zulassen, Widersprüche zulassen
- offene Fragen und Diskussionen dazu moderieren
- gegebenenfalls kommunizieren, dass auch wir nicht alles in kurzer Zeit darstellen können

Grenzüberschreitung von Adressat*innen uns gegenüber

- Einzelfall bewerten, Differenzierung verschiedener Stufen von Grenzüberschreitung
- Zustimmung einholen: unter der Bedingung, dass Du mich/andere nicht bewusst abwertest, ehrliche Gesprächsbereitschaft zeigst, ...
- Anerkennung des Leids bzw. Spiegeln von Emotionen. Differenzierung: das Verhalten von der Person trennen
- keine Mitschnitte
- siehe ebenfalls Netiquette: bei gezielten Angriffen und Behinderung unserer Arbeit auch Sperrung oder Löschen von Kommentaren denkbar

3.10. Umgang mit Trollen

„Das Phänomen des ‚Trollens‘ hat sich im digitalen Zeitalter zu einer bedeutenden Herausforderung in Online-Communities entwickelt. Es geht dabei um Personen, die absichtlich provozieren, beleidigen oder stören, oft mit tiefgreifenden Auswirkungen auf Online-Diskurse.“³³

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, auf diese Form von gezielt störenden Kommentaren zu reagieren, denn einheitliche Richtlinien, die auf jeden Fall zum Erfolg führen, sind nicht bekannt. Zuerst ist es wichtig zu erkennen, ob es sich um einen Fake-Account, einen Bot oder wirklich um einen Troll handelt.³⁴ Und ob die Person wirklich trollt oder vielleicht nur unzufrieden ist, aber echtes Interesse an Austausch hat oder sich z.B. auf diese Art mitteilen will. Die Reaktionsmöglichkeiten sind vielfältig und je nach Einzelfall unterschiedlich zu bewerten: Will ich der Person Aufmerksamkeit schenken und ihr somit auch mehr Reichweite geben, oder soll ich sie rigoros blocken? Bringt es der Community einen Mehrwert? Kann ich der Person eventuell im Sinne pädagogischer Arbeit helfen, oder muss ich das sogar, um unseren Projektzielen gerecht zu werden? Oder ist es an diesem Punkt wichtiger, die Community und/oder einzelne andere Nutzer*innen zu schützen?

Denn laut Mimikama ist Trollen nicht nur ein Akt der Störung, sondern oft ein komplexes psychologisches Phänomen:³⁵

- **Suche nach Aufmerksamkeit und Anerkennung:** Viele Trolle sind motiviert durch das Bedürfnis nach Aufmerksamkeit und den Wunsch, eine Reaktion zu provozieren.
- **Anonymität und Machtgefühl:** Die Anonymität im Internet kann ein Gefühl der Unverwundbarkeit vermitteln, das einige dazu verleitet, sich anders zu verhalten, als sie es im realen Leben tun würden.
- **Langeweile und Unterhaltung:** Für manche ist Trollen eine Form der Unterhaltung – ein Spiel, bei dem es darum geht, Reaktionen zu provozieren und Langeweile zu bekämpfen.

Zu beachten ist bei allen Entscheidungen, dass Trollen signifikante Auswirkungen auf die Qualität und den Ton von Online-Diskussionen haben kann:

- **Unterminierung konstruktiver Gespräche:** Trolle können sachliche und konstruktive Diskussionen stören, was oft zu einem aggressiveren und feindseligeren Umfeld führt.
- **Verbreitung von Desinformation:** Einige von ihnen verbreiten bewusst falsche Informationen, was zu Verwirrung und Fehlinformation führen kann.
- **Psychologische Auswirkungen auf Opfer:** Personen, die zum Ziel von Trollen werden, können psychologischen Stress erleiden, einschließlich Angst, Wut oder Frustration.

Es gibt verschiedene Ansätze, um mit Trollen umzugehen und ihre Auswirkungen zu minimieren, die auch für uns von Bedeutung sind:

- **Nicht reagieren:** Die oft zitierte Regel „Don't feed the troll“ basiert auf der Idee, dass Trolle durch das Ignorieren ihrer Provokationen entmachteter werden.
- **Moderation und Regeln:** Klare Verhaltensregeln und aktive Moderation können die Auswirkungen von Trolling reduzieren.
- **Bewusstsein schaffen:** Aufklärung über die Auswirkungen von Trolling und die Förderung einer respektvollen Online-Kommunikationskultur können helfen, das Phänomen einzudämmen.

Fazit:

Das Verständnis der Psychologie hinter dem Trollen und die Kenntnis seiner Auswirkungen auf Online-Diskurse sind entscheidend, um eine gesündere und respektvollere Online-Kommunikation zu fördern. Während es keine einfache Lösung gibt, können Bewusstsein, Bildung und aktive Moderation dazu beitragen, die negativen Auswirkungen dieses Phänomens zu verringern.



[www.mimikama.org/
trollen-motive-auswirkungen](http://www.mimikama.org/trollen-motive-auswirkungen)

→ **Trollen: Einblick in Motive und Diskursfolgen** (mimikama.org)

Trollen: Einblick in Motive und Diskursfolgen (*mimikama.org*)

Der „Volksverpetzer“³⁶ hingegen hat sehr klare und strikte Vorgehensweisen:



„Es ist unmöglich, zu unterscheiden, ob eine Suggestivfrage ein ehrliches Missverständnis ist oder ein Troll uns die Zeit stehlen will. Ich hatte mal die Regel, einmal zu antworten und erst zu blocken, wenn sowas kommt wie Moving-the-Goalposts, Whataboutismus, Leugnung, Beleidigungen. Wir haben aber die Erfahrung gemacht, dass es keinen Sinn ergibt, mit diesen Leuten zu diskutieren.“³⁷

Das Community Management vom Volksverpetzer nutzt das Blocken als Schutz vor Spam und Trollei. Das Team möchte die Community vor Desinformationen, Verunsicherung und unseriösen Inhalten schützen und setzt daher seine Grundsätze auch extrem streng durch. Das bedeutet aber nicht, dass unkommentiert geblockt wird. Sie gehen auf die Argumente immer ein, adressieren alle Falschinformationen und antworten mit Artikeln, die das Thema beleuchten, um sich nicht von Trollen leiten zu lassen. Die Artikel können alle sehen und vielleicht sogar Sachen rauskopieren oder selber nutzen. Das Team wandelt somit den Ärger in eine Antwort um und schafft Werkzeug für Leute, die diese Argumente im Netz selbst ständig sehen.

Grundsätzlich sagt Thomas Laschyk vom Volksverpetzer:



„Wir haben den Luxus zu sagen: Wir blocken, wen wir wollen. Andere haben das nicht, wie die Öffentlich-Rechtlichen. Aber ganz generell würde ich sagen: Habt weniger Geduld im Netz. Für euch als Selbstschutz und auch für eure Community. Ich plädiere dafür, schneller zu blocken, damit wir diese ganzen Trolle und Shitstorms³⁸ besser in den Griff bekommen. Diese Sachen funktionieren nur, weil wir gutmütig sind und weil wir tolerant sind. Wir müssen mutig sein, Intoleranz nicht zu tolerieren.“³⁹

Für unser Projekt ist es wichtig, einen guten Mittelweg zwischen Rigorosität und Hilfsangebot zu finden, da wir nicht allein klassisches Community Management betreiben, sondern auch einen pädagogischen Auftrag haben. Hier gilt es immer gut abzuwägen, welchen Weg wir einschlagen. Es gibt für uns keine klare Anleitung und nicht die eine Vorgehensweise – die vorangegangenen Ausführungen in diesem Kapitel können jedoch dabei helfen, jeweils fallbezogen eine Entscheidung zu treffen.



3.11. Ethik, Privatsphäre, Persönlichkeitsschutz und -rechte im pädagogischen Kontext⁴⁰

Ein bisschen auf der For-You-Page swipen, später ein paar Kommentare unter den aktuellsten Videos beantworten und dann noch kurz Leute im Livestream treffen. Gerade in der medialen Rezeption des Digital-Streetwork-Ansatzes erscheinen dessen Methodiken vielfach als Tätigkeiten, die eher einer freizeitmäßigen und privaten Betätigung zur Entspannung gleichen. Durch solche Erzählungen entsteht ein falsches Bild der Tätigkeit, denn die Kommunikation im Rahmen von Digital Streetwork ist niemals reiner Selbstzweck, sondern immer eine strukturierte und nach professionellen Standards gestaltete Beziehungsarbeit. Dieses Missverständnis ist ebenfalls ein grundlegendes Problem bei der Wahrnehmung der Arbeit von Digital Streetworker*innen seitens ihrer Adressat*innen. So sind die Accounts von Digital Streetworker*innen zwar, soweit sie unter professionellen Standards erstellt und benutzt werden, eindeutig als Accounts zu identifizieren, die nicht von Privatpersonen in privatem Interesse, sondern von Organisationen mit einem beruflichen Auftrag genutzt werden. Jedoch kann es gerade im Kontext von persönlicher Beratung hierbei schnell zu einer Vermischung von privater und beruflicher Rolle kommen. Das kann bei den Adressat*innen in der Rezeption dazu führen, dass die*der jeweilige Digital Streetworker*in nicht mehr als professionelle*r Sozialarbeiter*in wahrgenommen wird, sondern eher als freundschaftlicher Kontakt.⁴¹

Um in Kontakt mit Nutzer*innen zu treten, werden Ansprachen so gestaltet, dass durchaus auch eine parasoziale Beziehung entstehen kann, allerdings nur auf den ersten Blick. Die Ansprachen erfolgen direkt und dem Publikum zugewandt, es werden Angebote gemacht und Fragen gestellt, die den Zweck haben, Nutzer*innen zu aktivieren. Die vierte Wand wird durchbrochen, um eine Verbindung herzustellen. Während aber bei einer parasozialen Beziehung mit Creator*innen der Kontakt asynchron verläuft und es bei oberflächlichem Austausch bleibt, ist bei audiovisuellen Digital-Streetwork-Formaten durchaus die Möglichkeit vorhanden, in einen weiteren Austausch zu kommen. Allerdings wurde das Angebot der Einzelfallberatung im Rahmen von *pre:bunk* nicht aufgesucht.⁴² Hier mögen die Plattformnutzungserfahrungen passiver Nutzer*innen von Swipen, Liken und allenfalls Kommentieren überwiegen. Möglicherweise gäbe es hier aber auch noch Raum, Einzelfallberatungen stärker zu platzieren, allerdings mit dem Ziel, diese dann an Orten durchzuführen, wo die datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen

für den Schutz der Klient*innen gegeben sind. Dass Klient*innen ihren Datenschutz selbst nicht bewusst wahrnehmen, ist eine zusätzliche Herausforderung und Aufgabe der Digital Streetworker*innen. Aus demselben Grund haben wir uns auch gegen die Nutzung der Stitch-Funktion entschieden, da diese junge Nutzer*innen exponiert und ein bereits bestehendes Machtungleichgewicht zwischen Digital Streetwork und Klient*in noch verstärken würde. Durch eine Stitch-Richtigstellung würde mithilfe von Reichweite als Drittnutzer*innen der Eindruck erweckt, User*innen würden für ihr Verhalten abgestraft oder gar der Lächerlichkeit preisgegeben.

In der Praxis bildet die stete Reflexion und Analyse der eigenen Rolle und deren kommunikativer Abgleich mit den Adressat*innen deswegen eine der wichtigsten Aufgaben bei der Ausgestaltung der professionellen Beziehungsarbeit. Es gilt den Adressat*innen fortwährend zu vermitteln, dass ein Kontakt im Rahmen von Digital Streetwork kein privater Austausch ist, sondern eine Kommunikation, die im Kontext einer beruflichen Tätigkeit stattfindet und aufgrund der professionellen Rolle der Digital Streetworker*innen zudem durch ein Machtgefälle zwischen ihnen und den Adressat*innen fundamental geprägt wird. Die Rolle als Digital Streetworker*in und der damit einhergehende funktionale Zugriff auf Teile der Lebenswelt von Adressat*innen müssen diesen fortwährend transparent gemacht werden. Vonseiten der Digital Streetworker*innen muss zudem eine klare Abgrenzung zu den Bereichen der Lebenswelt stattfinden, die nicht für die fundierte Bearbeitung von Problemlagen notwendig sind.⁴³

Transparenz hinsichtlich der eigenen Rolle und Aufgabengebiete ist das A und O. Dies gilt nicht nur für die Arbeit zu Desinformationen, sondern auch für die Digital Streetwork allgemein. Projektname, Projektwebseite, der institutionelle Hintergrund wie auch Fördermittelgeber sollten in Videopostings, Livestreams und in der Profil-Bio regelmäßig zugänglich gemacht werden, können aber auch auf Nachfrage Bestandteil des Community Managements sein. Datenschutz und ein sensibler Umgang mit den höchst sensiblen Informationen der Adressat*innen sind nicht nur Teil einer professionellen Beziehungsausgestaltung, sondern vielmehr ethischer Grundsatz der gesamten Arbeit im Rahmen von Digital Streetwork, damit nicht in einer gefährlichen Totalität auf die Lebenswelt der Adressat*innen Zugriff genommen wird.⁴⁴ Hier ist ein bestimmtes Plattformgrundwissen jedoch nicht nur entscheidend für die Verbreitung (One-to-Many-Ansprache), sie hilft idealerweise auch dabei, komplexe Themen und Phänomene greifbarer zu machen für junge Menschen.

Soziale Medien erzielen ihre Faszination aus dem Umstand, dass Menschen persönliche Informationen

und höchstpersönliche Meinungen und Zugänge zur Welt vielfach mit einer unbekannt großen Menge ihnen persönlich nicht bekannter anderer Menschen teilen. Diese Informationen sind auch für Digital Streetworker*innen häufig uneingeschränkt einsehbar, wenn sie sich zusammen mit den Adressat*innen in diesen Räumen bewegen. Jedoch bedingt der Auftrag von Digital Streetwork eine klare Grenzziehung in der Rezeption ebendieser Daten, die von den Nutzer*innen in die Netzwerke eingespeist werden. Das heißt: Die Aufgabe von Digital Streetwork ist eben nicht eine – den Nutzer*innen unbewusste – Auswertung ihrer Daten und daran anschließende Unterbreitung eines Angebots, sondern vielmehr die bewusste Kommunikation und das bewusste Ausblenden von öffentlichen Informationen über die Nutzer*innen. Die für die Erfüllung der Aufgabe notwendigen Informationen gilt es gemeinsam mit den Adressat*innen zu erarbeiten und ausgehend davon gemeinsam Schritte und Handlungsoptionen für die jeweiligen Problemstellungen zu entwickeln.⁴⁵

Ein hochsensibles Thema in der digitalen pädagogischen Arbeit ist der Datenschutz. Zwei wichtige Standards aus der Offline-Streetwork, die auch für den Online-Raum gelten, sind Vertraulichkeit und Freiwilligkeit von Angeboten. Für den Online-Raum kommt noch hinzu, dass Adressat*innen die Möglichkeit haben sollen, anonym zu bleiben. Wir halten uns in unserer Arbeit an diese pädagogischen Standards: Unsere Angebote sind vollkommen freiwillig, wir arbeiten vertraulich (wahren also die Verschwiegenheitspflicht), speichern keine Daten und bieten die Möglichkeit, anonym mit uns zu kommunizieren. Zudem sollten Daten und Nachrichten nach einem festgelegten Zeitraum automatisch oder auf expliziten Wunsch auch direkt nach einem Gespräch gelöscht werden. Ein großes Problem im Zusammenhang mit dem Datenschutz stellen allerdings die Plattformen dar, auf denen wir als Digital Streetworker*innen arbeiten. Schauen wir auf Vertraulichkeit und Anonymität, so können diese Standards im Internet oftmals nicht gewährleistet werden. Denn was große Plattformen mit privaten Daten z.B. aus Chats machen, können wir nicht einsehen oder beeinflussen. Eine Möglichkeit, diesem Umstand entgegenzuwirken, wäre eine Gewährleistung von Sicherheit und Datenschutz für die Arbeit von Digital Streetworker*innen.⁴⁶ Allerdings ist dies, trotz teilweise bestehenden Kontakts zu den Plattformbetreibern, Zukunftsmusik und wird bisher von den Plattformen nicht angeboten.⁴⁷

Zum weiteren Schutz der persönlichen Daten können zusätzliche Kommunikationswege angeboten werden: So sind die Digital-Streetwork-Projekte der Amadeu Antonio Stiftung nicht nur via Privatnachricht auf den jeweiligen Plattformen erreichbar, sondern können auch per (verschlüsselter) E-Mail kontaktiert

werden. Notwendige Hintergrundinformationen zur Verschlüsselung von E-Mail-Kommunikation werden bei Bedarf proaktiv angeboten.

Insbesondere unter dem Aspekt des Jugendschutzes ist es wichtig, dass es eine Möglichkeit für junge Menschen gibt, den Digital-Streetwork-Account als solchen verifizieren zu können. In der Regel steht klar erkennbar in den Profilen der stiftungseigenen Digital-Streetwork-Projekte, dass diese im Namen der Amadeu Antonio Stiftung tätig sind. Auf manchen Plattformen gibt es offizielle Verifizierungen. Es kann natürlich trotzdem vorkommen, dass Menschen versuchen, Accounts zu faken. Zur Versicherung der Authentizität eines Digital-Streetwork-Accounts wurde in der Amadeu Antonio Stiftung ein spezielles Verfahren entwickelt: Die interessierte Person sendet direkt im Chat ein selbstgewähltes „Codewort“ an den betreffenden Account. Dieses Wort wird anschließend über die offizielle Digital-Streetwork-E-Mail-Adresse der Stiftung an die Person zurückgesendet. So ist sichergestellt, dass es sich um einen verifizierten Account handelt. Natürlich muss die interessierte Person dazu nicht ihre persönliche E-Mail-Adresse angeben. Es kann z.B. eine „Wegwerf-Adresse“ angelegt werden – dies geht bspw. bei www.muellmail.com oder anderen Anbietern von sogenannten Trashmail-Adressen. Den Anfragenden wird in jedem Fall garantiert, dass ihre E-Mail-Adresse nach dem Versenden sofort gelöscht wird – egal, ob es sich um die persönliche oder eine Einweg-Adresse handelt



www.tiktok.com/@prebunk/video/7356957494964440353?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7514287974549489175

→ **Wie erkenne ich ein seriöses Digital Streetwork Angebot?**



www.amadeu-antonio-stiftung.de/good-gaming-well-played-democracy/digital-streetwork/f-a-q-digital-streetwork/

→ **Authentifizierungs-Verfahren der Stiftung im Digital Streetwork-FAQ**

4.

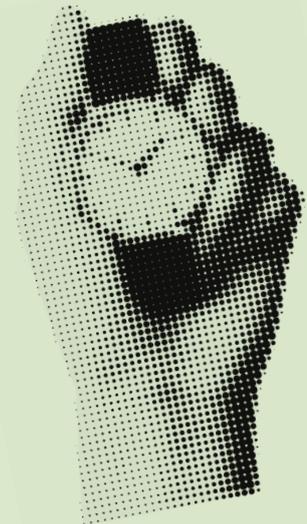
4. Selbstfürsorge und -schutz der pädagogischen Fachkräfte

Selbstschutz und Selbstfürsorge sind sowohl im Bereich des klassischen Community Management als auch – und gerade – in pädagogischen Tätigkeitsfeldern sehr wichtige Aspekte, die es zu beachten gilt, um die eigene Gesundheit, sei es die physische oder die psychische, nicht zu gefährden. Sprechen wir über Selbstschutz, so geht es zum einen um den Schutz vor z.B. (verbalen) Angriffen und den Schutz der Privatsphäre. Zum anderen geht es aber auch um Schutz vor Überlastung, vor herausfordernden und emotionalen Situationen und damit um die Selbstfürsorge. Community Manager*innen z.B. sind oftmals täglich mit Hasskommentaren jeglicher Art, mit Gewaltphantasien und auch Drohungen konfrontiert. Die psychische Belastung kann zu ernstzunehmenden Symptomen und Erkrankungen, wie z.B. einer Depression, führen.



www.der-socialmediamanager.de/selbstfursorge-achtsamkeit-community-management/

→ Resilienz und Selbstfürsorge im Community Management (*der-socialmediamanager.de*)



Wir halten uns auch im Falle des PCM an unsere eigenen Standards der Digital Streetwork: Wir arbeiten bewusst nicht mit einem vollkommen privaten pädagogischen Begleitprofil. Unser Profil ist als allgemeines sozialpädagogisches Profil gekennzeichnet. Es enthält keinerlei private Informationen – was jedoch nicht heißt, dass das Profil informationslos sein muss oder nicht personalisiert werden kann. In der Regel sind bei uns alle Informationen klar erkennbar im Profil gekennzeichnet. Auf TikTok ist der Platz in der Profilbeschreibung jedoch sehr eingeschränkt. Daher verweisen wir dort nur darauf, dass der Account das Begleitprofil des *pre:bunk*-Accounts ist. Für alle weiterführenden Infos hat das Begleitprofil kleine Videos, in denen unsere Arbeit genau erklärt wird. Wir kommunizieren transparent, wie wir arbeiten. Unsere Nutzungszeiten und

Erreichbarkeit sind ersichtlich, d.h. wir verweisen darauf, dass unser Account nicht 24 Stunden am Tag bespielt wird und dass bei dringenden Notfällen oder schweren Krisen unbedingt andere Hilfsangebote in Anspruch zu nehmen sind. Die Angebote listen wir auf. So können wir einen gewissen Schutz der Pädagogischen Community Manager*innen gewährleisten – in Hinblick auf ihre Privatsphäre, aber auch auf Überlastungssituationen. Gegenseitige Unterstützung oder das Weiterführen einer Konversation, die vielleicht aufgrund von Krankheit einer Fachkraft für längere Zeit nicht geleistet werden kann, sind somit leichter möglich. Letzteres bedarf natürlich einer transparenten Kommunikation und eines sensiblen Vorgehens gegenüber der hilfesuchenden Person.⁴⁸

Pädagogische Community Manager*innen und Digital Streetworker*innen sind rein digital und online unterwegs. Sie benötigen daher eine entsprechende Ausstattung. Neben allgemeinen Anforderungen für eine Tätigkeit im Homeoffice oder im Büro gibt es auch spezifische Parameter.

Was es für Pädagogisches Community Management braucht

Allgemeine Voraussetzungen für PCM sind: eine faire, klare und gesunde Regelung der Arbeitszeiten, die schriftliche Fixierung von Aufgaben, die Gewährleistung einer guten Erreichbarkeit, Selbstzeitmanagement und -organisation, ein ergonomischer Arbeitsplatz – also eine Anpassung des Arbeitsumfelds und der verwendeten Werkzeuge an den dort arbeitenden Menschen.⁴⁹

Im Speziellen wird Folgendes empfohlen:

- eine stabile und schnelle Internetverbindung
- digitale Instrumente/Methoden zur Sozialen Diagnostik
- eine (analoge oder digitale) Ausgabe des SGB VIII zum Nachschlagen
- ein Account für Online-Meetings oder eine andere Möglichkeit zur verschlüsselten videobasierten Kommunikation
- ein Arbeitslaptop inkl. Zubehör und Arbeitshandy
- die Möglichkeit des geschützten Datenaustauschs im Team (z.B. über einen sicheren Server oder eine sichere Cloud) und ein sicheres Passwortmanagement
- verlässliche, erreichbare Angebote und Strukturen für professionelle und kollegiale Hilfe beim Selbstschutz und der Selbstfürsorge.

Speziell in unserem Themenfeld besteht immer auch die Gefahr, in einer rechtsextremen oder -populistischen Blase zu landen. Hier sind entsprechende Angebote und Strukturen besonders wichtig. Das ist bei uns z.B. die Möglichkeit einer Inter- sowie Supervision. Zusätzlich kann jederzeit eine private Sitzung mit einer Psychologin in Anspruch genommen werden, die auf Themen rund um das Web 2.0 (einschließlich Gewalt im Online-Raum) spezialisiert ist. Wie in der pädagogischen Arbeit im Offline-Raum sind auch in der pädagogischen Online-Arbeit derartige Angebote von größter Relevanz.⁵⁰ Außerdem haben wir ein umfassendes und professionelles Sicherheitsmanagement mit Schutzkonzepten für unsere Offline- und Online-Arbeit, das jederzeit konsultiert werden kann.

Darüber hinaus gibt es vom BVCM e.V. die Möglichkeit, sich bei regionalen Stammtischen kollegial auszutauschen.⁵¹ Vivien Pein gibt auf ihrer Webseite sehr umfassende, leicht verständliche und gut umsetzbare Tipps für ein wirksames Selbstfürsorge-Management.⁵² Es lohnt sich auch für alle anderen Bereiche des Community Managements, die Seite anzusehen und durchzuarbeiten, insbesondere bevor eine PCM-Tätigkeit aufgenommen wird.⁵³



5.

5. Nachhaltigkeit

Im klassischen Community Management ist nach dem Aufbau die langfristige Pflege und Etablierung der Community sehr wichtig, um eine nachhaltige und stabile Arbeit mit und in der Community für das jeweilige Unternehmen leisten zu können. Kontinuierliches Community Engagement, die Aktualisierung und Anpassung der Community-Strategie sowie die Entwicklung von Community-Führungsfiguren sind dann die anstehenden Themen.



www.ulrikestorny.com/anleitung-aufbau-community-management/#8_Best_Practices

→ **Anleitung für den Aufbau deines Community Managements**
(ulrikestorny.com)

Wir haben durchaus einen anderen Hintergrund als das klassische Community Management eines Unternehmens, doch auch für uns sind die langfristige Pflege der Community, die stetige Anpassung des CM-Konzepts sowie die Wirkungsmessung von großer Bedeutung – insbesondere, um unserem pädagogischen Auftrag gerecht zu werden und eine Form von Online-Beziehungsarbeit zu ermöglichen. Im Zusammenhang mit reinem Community Management können wir lediglich davon sprechen, dass die Möglichkeiten einer sozialarbeiterischen Beziehungsarbeit ausgelotet, getestet und eine vereinfachte Form derselben angestrebt wird. Denn gute Beziehungsarbeit in der Sozialen Arbeit besteht aus vielen Bausteinen und benötigt genügend

pädagogische Ressourcen, die im Rahmen von Community Management in dem notwendigen Umfang nicht geleistet werden können. Daher ist die Ausarbeitung zu einem PCM mit Verknüpfung zu Digital Streetwork und Anbindungen in Offline-Angebote so wichtig und notwendig.⁵⁴

In unserem Fall richtet sich die Intensität und Ausrichtung der langfristigen Pflege nach der Förderlaufzeit des jeweiligen Projekts. Da die Laufzeiten stark variieren, kann die Nachhaltigkeit des Community Managements auch eine wichtige Basis für Folgeprojekte sein, die z.B. den vorhandenen Account weiterführen.

5.1. Community-Pflege

Damit unsere Arbeit nachhaltig präventiv-pädagogisch wirken kann, ist neben unserem Video-Content und den tagesaktuellen Reaktionen auf Kommentare auch die kontinuierliche feinfühlig Einbindung von aktiven Mitgliedern der Community und die Förderung ihres Engagements von großer Bedeutung. Auf TikTok kann die Pflege der Community besonders schwierig werden, da aufgrund der TikTok-Logik Nutzer*innen oftmals eher zufällig auf die Videos und den Account stoßen und nur wenige auch bleiben bzw. regelmäßig den Content konsumieren. Wir können auf unserem Account dennoch einzelne Profile verzeichnen, die regelmäßig unter Videos aktiv sind. Sie geben Zuspruch, teilen Informationen, ergänzen unsere Videos mit wertvollen Kommentaren, loben uns – damit geben sie uns und unserem Account wichtigen Support. Dies ist für uns auch deshalb so wichtig, da wir zugleich regelmäßig mit Hasskommentaren, Falschinformationen, Trolling und allen möglichen weiteren Formen von destruktiven Beiträgen zu tun haben – unsere Supporter*innen halten dagegen, stellen Nachfragen und diskutieren. Hier zahlt es sich aus, dass wir unsere Kontakte pflegen, Beiträge auch zurück liken, den Accounts folgen und auf ihre Kommentare eingehen.

5.2. Wirkungsmessung und stetige Anpassung des Community Managements

Eine aussagekräftige Wirkungsmessung kann sehr hilfreich sein, um die eigene Arbeit auszuwerten. Anhand der Ergebnisse können unterschiedliche Faktoren abgelesen werden, die wiederum eine Anpassung und stetige Verbesserung der Arbeit ermöglichen. Dabei muss eine Wirkungsmessung nicht immer exponentiell stattfinden und Zahlen generieren. Viel wichtiger ist es, sich im Vorfeld darüber klar zu werden, was wichtig für die eigene Arbeit ist und was dementsprechend gemessen werden soll. Geht es z.B. um die Wirksamkeit von Inhalten, um den Erfolg bei der Generierung von Interaktionen, um Emotionen oder darum, wie viele Follower*innen der Account hat? Sich auf wesentliche Aspekte zu fokussieren und passend dazu eine eigene Definition der Wirkung festzuhalten, ermöglicht einen ganz individuellen Umgang mit den Ergebnissen der Wirkungsmessung.⁵⁵

Auch wir im Projekt *pre:bunk*, hier speziell bezogen auf TikTok, führen regelmäßig Analysen durch. Wir überprüfen, was funktioniert und was nicht, und verwenden die Ergebnisse, um unser PCM immer wieder anzupassen und zu optimieren. TikTok Analytics gibt uns dabei einen Überblick über eine kleine Auswahl wertvoller Kennzahlen. Durch das TikTok-interne Analyse-Tool können wir die Wirkung unserer Videos quantitativ messen. Hier kommt es allerdings immer wieder zu Änderungen in den Funktionen und Messarten, was eine verlässliche Erhebung erschwert. Das Tool misst und analysiert verschiedene Schlüsselmetriken, wie Video- und Profilaufrufe, Kommentare, Likes etc., über einen Zeitraum von bis zu 60 Tagen und erstellt Grafiken. So können wir Muster feststellen und sehen, welche Inhalte Aufmerksamkeit und Interaktion generiert haben. Die Analyse beinhaltet auch demografische Informationen der Zuschauer*innen, wie Alter, Geschlecht, Wohnort und aktive Zeit auf TikTok. Allerdings sind aus Datenschutzgründen nur Nutzungsdaten von volljährigen Nutzer*innen einsehbar. Dies gibt uns jedoch die Möglichkeit, wenigstens in Teilen nachzuvollziehen, ob wir unsere Zielgruppe erreichen. Das Tool bietet zudem Informationen über die durchschnittliche Wiedergabedauer und Absprungrate der Videos. Diese Zahlen sind durchaus aufschlussreich und können hilfreich sein bei der Kanalentwicklung. Für eine wissenschaftliche Auswertung sind sie jedoch nur eingeschränkt nutzbar. Und welchen Effekt ein Video oder eine Folgekommunikation hat, lässt sich so ebenfalls noch nicht messen. Es bedarf also zusätzlicher Ansätze, um sich der Wirkungsmessung anzunähern.

Aussagen-Analyse

Darüber hinaus führen wir eine eigene fortlaufende, umfangreiche Aussagen-Analyse all unserer Videos durch. Das heißt, wir fügen alle Kommentare (natürlich vollkommen anonym) in eine Tabelle ein, ordnen ihnen dann entsprechende Aussage-Kategorien zu und dokumentieren auch, wie wir darauf reagiert haben. Dieses Vorgehen ist angelehnt an sogenannte Sentiment-Analysen.

Sentiment-Analysen

In der Regel werden Sentiment-Analysen z.B. von Unternehmen im Marketingbereich oder an der Börse durchgeführt, um die Tonalität, die Stimmung in einer Branche zu erfassen und so mögliche negative Empfindungen in positive Wahrnehmung zu wandeln. Die Analyse soll zeigen, ob der Ton positiv, negativ oder neutral ist. In einer detaillierten

Analyse werden noch die Parameter *sehr positiv* und *sehr negativ* hinzugefügt. Die Analyse kann auf unterschiedlichen Wegen, mit verschiedenen Tools, manuell oder auch maschinell durchgeführt werden. Die Kommentarspalte dient so als Indikator für Stimmungen und mögliche Bedarfe. Dies gilt sowohl für die inhaltliche Themensetzung als auch für die Emotionen und Bedürfnisse, die wir adressieren. Emotionale Selbstregulierung ist Bestandteil der Prebunking-Methoden – hierfür ist eine Benennung möglicher Emotionen, die Inhalte oder aktuelle Nachrichten auslösen können, ein wichtiger erster Schritt.



www.meltwater.com/de/blog/sentimentanalyse-media-intelligence

→ **Sentiment-Analyse: Definition & Durchführung anhand von Media Intelligence** (meltwater.com)



www.qualtrics.com/de/erlebnismanagement/marktforschung/sentiment-analysis/

→ **Sentiment Analysis** (qualtrics.com)



www.mindsquare.de/knowhow/sentimentanalyse/#was-ist-eine-sentimentanalyse

→ **Sentiment-Analyse** (mindsquare.de)

Fusion aus Aussagen- und Sentiment-Analyse

Wir erfassen allerdings nicht nur die positive bis negative Stimmung, sondern führen eine umfangreiche Liste an möglichen Aussage-Kategorien für einen Kommentar.⁵⁶ Außerdem arbeiten wir rein manuell, da der Einsatz einer maschinellen Lösung zum einen finanziell gar nicht möglich wäre und zum anderen in unserem Fall eine maschinelle Analyse noch fehleranfälliger wäre, als sie allein bei der Kategorisierung in *positiv* – *negativ* ohnehin schon sein kann. Denn in einer Analyse müssen viele verschiedene Parameter beachtet werden, die eine KI erst aufwendig lernen muss, wie z.B. das Erkennen von Mehrdeutigkeiten, Umgangssprache, Ironie, Sarkasmus, Negationen, fehlerhafte Grammatik und Kontextabhängigkeit. Überdies variiert Sprache von Person zu Person stark und kann individuell interpretiert werden. Natürlich sehen auch wir als Menschen uns mit diesen Herausforderungen konfrontiert, weshalb unsere Analyse von mindestens drei Augenpaaren gesichtet wird.

Video	Kommentar	Sentiment	Folgereaktion
Achtung: Falschinformationen Eiffelturm (26.01.2024)	Unstimmigkeiten wie zb dass ein Metallturm brennt 🤔	Ergänzung, Zustimmung	Kommentar
	Laydybug hat gerettet 🐞	Humor	xxx
	🙏🙏🙏🙏 Danke	Support	xxx
	👍👍👍	Zustimmung	Like
	nein Google sagt es hat gebrannt	Skepsis	Folgekommunikation
	wusste ich es doch	Zustimmung	xxx
	ich mag den Typ	Trolling	xxx

Video	Kommentar	Sentiment	Folgereaktion
<p>Wurden mit Absicht falsche Bilder verbreitet? (Demos gegen Rechts) (25.01.2024)</p>	warum holt ihr nicht die 5 Impfung ab? oder seit ihr wach geworden?	Verschwörung	Kommentar
	Solche Bilder wurden auch von den Ampelparteien verteilt an Zeitungen und von denen gedruckt.! 👍👏	Falschbehauptung	Kommentar
	Wie verzweifelt sind diese Blauzis eigentlich mittlerweile?	Eigene Sichtweise	Kommentar
	Fakt Jessica Korduni 90er Grünen ist im Fernsehrat und beeinflusst Medien das gleich hat damals ein Herr Göbbels auch getan und Fakten verdreht 🤔	Falschbehauptung, Verschwörung, Relativierung, Misstrauen	Folgekommunikation
	Naja die andere bezahlen die Leute damit sie in die Demos gehen	Falschbehauptung, Misstrauen	Folgekommunikation
	Immer dem Geld nach: Dies ist keine neutrale Berichterstattung.	Abwehr, Misstrauen	Folgekommunikation
	Das war ein offensichtlicher Scherz wie kann man das so missverstehen 🤔	Tatsachenverdrehung	Kommentar
	Grüne, die mit Absicht ihrer grünen Ideologie folgen, anstatt die Realität anzuerkennen... Viel schlimmer!	Whataboutism, Relativierung	xxx, xxx
	Correctiv sagt, die Bilder wurden zeitversetzt aufgenommen. 1x 15:00 Uhr, 1x 16:30 Uhr. Demobeginn 15:30 Uhr	Ergänzung, Information/Aufklärung, Support	Kommentar, Like
	Ist jämmerlich wenn man stattdessen bezahlen muss damit sie demonstrieren gehen! 🤔🤔	Falschbehauptung, Misstrauen	xxx
	Richtig... Wir haben uns einfach linke Verhaltensweisen angeeignet um Euch mit den eigenen Waffen zu ärgern... 🤔	Tatsachenverdrehung, Relativierung	Kommentar
	Ich bin echt sprachlos. Also, so langsam wird es ja wirklich immer schwieriger, zu sagen, 'DaS MaN dAs Ja NiE gEWUsSt HäTtE'. Nazis raus 161	Support	Like
Video	Kommentar	Sentiment	Folgereaktion
<p>Was kann man gegen Rechts€xtreme auf TikTok tun? (30.01.2024)</p>	Ihr müsst aber auch drauf hinweisen das linksextreme u grünextreme genauso schlecht u gefährlich sind 👍👍👍	Whataboutism	Kommentar
	Das kommt dabei raus wenn man in der Schule nur Singen und Tanzen hatte 🤔	sich lustig machen	Kommentar
	👏 Danke	Pos. Feedback	Like
	Danke 👍👍👏❤️❤️❤️	Pos. Feedback	Like
	WÄHLEN GEHEN & versuchen so weit wie möglich jedem zu erklären, was von 1930-45 passiert ist & warum wir das nicht noch einmal erleben sollten #NOafd	Information/Aufklärung, Support	Like
	👍👍👍👍👍👍👍👍	Pos. Feedback	Like
	Hä. Rechtsextreme auf TikTok werden doch gar nicht geduldet, wenn es gegen die Community verstößt. Aber ihr meint AFD und das ist eine Partei und sie distanzieren sich von Extremismus	Tatsachenverdrehung	Kommentar
Oh man - wer glaubt denn diesen Correctiv Bericht denn noch? Bitte mal auf dem neuesten Stand bleiben - Correctiv hat inzwischen massiv zurückgerudert...	Falschbehauptung,	Folgekommunikation	

Wrap-up:

Wie Prebunking-Ansätze in die pädagogische Gegenrede mit einfließen

pre:bunk ist nicht nur der Name unseres Projekts, sondern beschreibt einen Methodenansatz, der der Verbreitung von Desinformationen entgegenwirken soll. Die von uns angewendeten und entwickelten Methoden richten sich an Creator*innen und passive Nutzer*innen, sie spielen aber auch eine Rolle im Community Management. Unser Konzept verfolgt damit einen ganzheitlichen Ansatz und verknüpft hier nicht nur Elemente der klassischen Digital Streetwork in schriftlicher Form, sondern öffnet sich auch neuen Reaktionsmöglichkeiten, die mit in das Repertoire möglicher CM-Ansprachen einfließen können. Dass audiovisuelle Ansprachen und die Kommentarspalte dabei eng verschränkt sind, zeigt sich auch darin, dass am Ende einiger Videos Nutzer*innen aufgefordert werden, ihre Erfahrungen und Tipps zu teilen. Der sogenannte Call to Action am Ende des Videos wird hier gezielt genutzt, um Nutzer*innen die Möglichkeit zu geben, sich aktiv zu beteiligen und sich zu vergewissern, was ihnen bei der Orientierung im Medienkonsum hilft und tatsächlich funktioniert. Denn die besten Tipps sind nur so gut wie ihre praktische Umsetzungsfähigkeit. So wissen viele darum, dass regelmäßige Pausen wichtig sind und übermäßiger Medienkonsum schädlich sein kann, die Bildschirmzeitregulierung wird aber häufig bei mangelnder Selbstdisziplin trotzdem umgangen. Im Sinne des klassischen Internetgedankens kann hier die Schwarmintelligenz dabei helfen, Nutzer*innen nochmal deutlicher bewusst zu machen, was wirklich hilft.

Ein Großteil der Prebunking-Methoden versucht Nutzer*innen über Desinformationsstrategien frühzeitig aufzuklären, allgemeingültige Aspekte dieser Täuschungsstrategien offenzulegen und Werkzeuge zur Verfügung zu stellen, um die Anfälligkeit dafür, auf Desinformation hereinzufallen, zu senken. Insgesamt zielen sie darauf, den Medienkonsum auf TikTok und darüber hinaus sicherer zu gestalten.

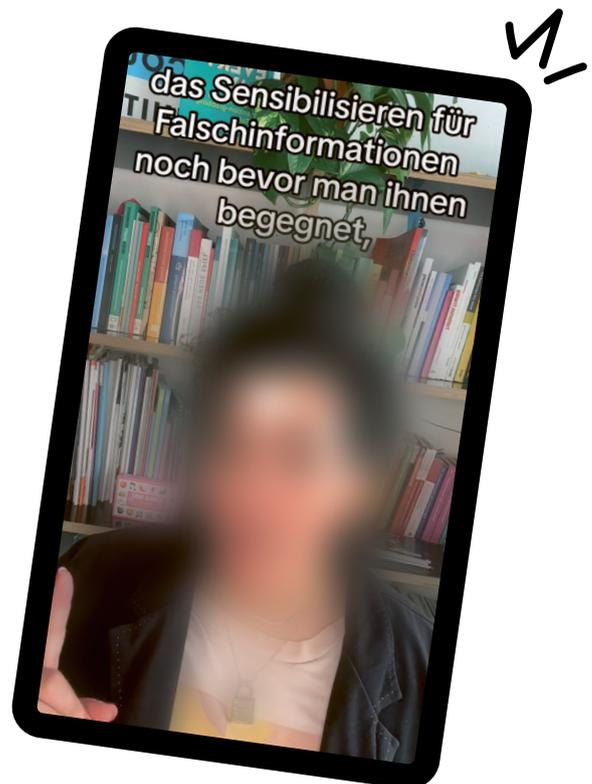
Dem Community Management kann hier die Rolle der Konkretisierung, Vertiefung und Nachhaltigkeit zukommen. Denn so kann individuell auf Nutzer*innen und auf mögliche Fragen, Kritik, Missverständnisse und emotionale Reaktionen eingegangen werden.

Pädagogisches Community Management als Teil von Onlineprävention kann Prebunking-Videoinhalte unterstützen und auch das Verständnis festigen und wiederholen.

Emotionale Selbstregulierung fördern

Auch Prebunking-Videos erhalten oft emotionale Reaktionen in der Kommentarspalte. Von Abwehr über Angst bis hin zu Wut finden sich zahlreiche Emotionen, die nicht selten auch noch mit einem Emoji transportiert werden. Diese Reaktionen zeigen nicht nur auf, dass die Kommentarspalte als eine Art Ventil verstanden werden kann, sondern sie spiegeln auch den Wunsch, gesehen zu werden. Es kann sich also lohnen, in die weitere Interaktion zu gehen, um diese Gefühle zu adressieren und dabei zu helfen, sie einzuordnen.

Das Pädagogische Community Management kann so der weiteren Reflexion über Medien- und Informationskonsum dienen und dazu beitragen, dass Nutzende bei ihrem Medienkonsum nicht allein gelassen werden.



Quellen, Infos und weiterführende Links

Amadeu Antonio Stiftung (2017): *Digital Streetwork. Pädagogische Interventionen im Web 2.0*. Berlin. Online: www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/digital-streetwork-paedagogische-interventionen-im-web-2-0

Amadeu Antonio Stiftung (2023): *Katzen, Krieg und Creators. TikTok als (Des)informationsraum für Jugendliche*. Berlin. Online: www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/katzen-krieg-und-creators

Amadeu Antonio Stiftung (2024a): *Soziale Arbeit im #OnlineRealLife. Digital Streetwork von A bis Z*. Berlin. Online: www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/soziale-arbeit-im-onlinereallife

Amadeu Antonio Stiftung (2024b): *Better fact-checked than sorry! Prebunking und Digital Streetwork auf TikTok*. Berlin. Online: www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/better-fact-checked-than-sorry

Amadeu Antonio Stiftung (2024): *pre:bunk Newsletter 2024*. Online: www.crm.amadeu-antonio-stiftung.de/civicrm/mailling/view?reset=1&id=774&cid=&

Amadeu Antonio Stiftung (o.J.): *Studienzusammenfassung: „Hallo liebe Community! Konstruktive Online-Debatten fördern durch bestärkende Moderation“*. Online: www.amadeu-antonio-stiftung.de/menschenwuerde-online-verteidigen-social-media-tipps-fuer-die-zivilgesellschaft/hate-speech/empowerment-moderation

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (18.03.2022): *Das Bundeskinderschutzgesetz*. Online: www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/kinder-und-jugend/kinder-und-jugendschutz/bundeskinderschutzgesetz/das-bundeskinderschutzgesetz-86268

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (2020): *Kinder- und Jugendhilfe – Aches Buch Sozialgesetzbuch*. Berlin: www.zweiband.de. Online: www.bmfsfj.de/resource/blob/94106/40b8c4734ba05dad4639ca34908ca367/kinder-und-jugendhilfegesetz-sgb-viii-data.pdf

Bundesverband Community Management e.V. (12.05.2010): *Pressemitteilung: Veröffentlichung der offiziellen Definition „Community Management“*.

Online: www.openpr.de/news/428185/Veroeffentlichung-der-offiziellen-Definition-Community-Management.html

Darmstadt, Alina / Graf, Antonia / Saal, Oliver / Sündermann, Teresa (2023): *Care-Arbeit für die Kommentarspalten. Was Community-Manager*innen für Online-Debatten tun und aushalten*. In: *Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft (Hrsg.): Wissen schafft Demokratie. Schwerpunkt Netzstrukturen und Plattformpolitiken, Band 14*. Jena, S. 124–137. Online: www.idz-jena.de/wsddet/wsd14-09

Dolezalek, Corinna / Brodersen, Wyn / Schmidt, Luisa (16.09.2024): *Evaluationsmethoden wirkungsorientierter digitaler politischer Bildung Ein Leitfaden für die Praxis*. Online: www.bpb.de/themen/medien-journalismus/soziale-medien/552090/evaluationsmethoden-wirkungsorientierter-digitaler-politischer-bildung

Evertz, Katja / Evertz, Stefan (2023): *Social Media und Community Management – BVCM-Studie 2023*. Nordkirchen: *Bundesverband Community Management e. V. für Social Media und digitale Kommunikation*. Online: www.bvcm.org/studie

exali AG (o.J.): *Troll dich, Troll! 6 Tipps zum Umgang mit Social Media Trollen*. Online: www.rgblog.exali.de/umgang-mit-trollen/#Wie%20erkennt%20Ihr%20einen%20Troll?

Hancken, Sabrina (24.06.2021): *Nähe trotz Distanz – Gestaltung einer lebensweltorientierten digitalen Beziehungsgestaltung in Zeiten der Corona-Pandemie*. Online: www.socialnet.de/materialien/29279.php

Hemminger et al. (Hrsg.) (2025): *Social Media, Gaming & Digital Streetwork: Pädagogische Arbeit in Online-Communitys*. Weinheim: Beltz Juventa.

Heyken, Cornelia (23.07.2024): *Pädagogisches Community Management*. In: *Belltower.News*. Online: www.belltower.news/praxistipps-paedagogisches-community-management-156047

Heyken, Cornelia / Trebing, Jerome (2024): *Digital Streetwork von A-Z*. In: *Amadeu Antonio Stiftung: Soziale Arbeit im #OnlineRealLife. Digital Streetwork von A bis Z*. Berlin, S. 24–55.

Hirsch, Nele (03.06.2024): So lässt sich eine KI-Strategie in der Pädagogik entwickeln. Online: www.gew.de/aktuelles/detailseite/so-laesst-sich-eine-ki-strategie-in-der-paedagogik-entwickeln

Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft (2023): Wissen schafft Demokratie. Schwerpunkt Netzkulturen und Plattformpolitiken, Band 14. Online: www.idz-jena.de/wsddet/wsd14-09

Janus, Philine (2023): Lebenswelt Internet – Digital Streetwork als aufsuchende Sozialarbeit im Netz. Online: www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/542453/lebenswelt-internet-digital-streetwork-als-aufsuchende-sozialarbeit-im-netz/?pk_campaign=nl2023-11-15&pk_kwd=542453#node-content-title-5

Klug, Tetyana (07.01.2022): Wie erkenne ich Fake-Accounts, Bots und Trolle? Online: www.dw.com/de/faktencheck-wie-erkenne-ich-fake-accounts-bots-und-trolle/a-60032289

Kramer, Josefine (04.10.2021): Trolle und Hass im Netz: So gehen 3 Community-Manager:innen damit um, Online: www.t3n.de/news/hass-hetze-community-management-1411529

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2024): JIM-Studie 2024. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart. Online: www.mpfs.de/studie/jim-studie-2024

Pein, Vivian (2024): Checkliste: Was braucht mein Team für effektives Community Management gegen Hassrede? Online: www.der-socialmediamanager.de/wp-content/uploads/2024/06/Checkliste_Community-Management_Hass.pdf

Pein, Vivian (11.11.2024): Empathie als Schlüssel erfolgreicher Community Moderation. Online: www.der-socialmediamanager.de/category/community-management

Pein, Vivian (30.04.2020): Muster für Community Guidelines / Community Richtlinien. Online: www.der-socialmediamanager.de/muster-fuer-community-guidelines-community-richtlinien/#comment-11869

Pein, Vivian (20.01.2022): Resilienz und Selbstfürsorge im Community Management. Online: www.der-socialmediamanager.de/selbstfursorge-achtsamkeit-community-management

Rheindigital GmbH (o.J.): Was gehört zum erfolgreichen Community Management? Online: www.rheindigital.de/blog/2021/was-gehoert-zum-erfolgreichen-community-management

Storny, Ulrike (16.04.2023): Das Community-Management-Glossar: wichtige Fachbegriffe einfach erklärt. Online: www.ulrikestorny.com/community-management-glossar

Swat.io GmbH (04.07.2023): Das Geheimnis einer erfolgreichen TikTok-Marketing-Strategie 2023. Online: www.swat.io/de/strategie/tiktok-marketing-strategie

Teddy, Ursula (13.12.2023): Die verborgene Welt des Trollens: Einblick in Motive und Diskursfolgen. Online: www.mimikama.org/trollen-motive-auswirkungen

turi2 (20.02.2024): „Die besseren Ergebnisse kommen, wenn ich meine Prompts in Befehlsform schreibe“ – Tipps und Tricks für KI-Tools und erfolgreiche Prompts. Online: www.turi2.de/community/tipps-und-tricks-fuer-ki-tools-und-erfolgreiche-prompts-von-ai-you-life

Ziegele, Marc / Heinbach, Dominique (2021): Hallo liebe Community! Konstruktive Online-Debatten fördern durch bestärkende Moderation. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien NRW (Hrsg.). Online: www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien_Forschung/WhitePaper_HalloLiebeCommunity_DIGITAL.PDF

Adressen und Anlaufstellen

pre:bunk – Digital Streetwork im Videoformat
Medienkompetent durch die For-You-Page scrollen –
Angebote für Nutzer*innen und Creator*innen
prebunk@amadeu-antonio-stiftung.de
www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/prebunk-digital-streetwork-im-videoformat

Weitere Projektangebote der Amadeu Antonio Stiftung

Civic.net – Aktiv gegen Hass im Netz
Unterstützung für Social-Media-Redakteur*innen,
Community-Manager*innen, Kommunikationsteams
sowie engagierte Einzelpersonen
civicnet@amadeu-antonio-stiftung.de
www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/civic-net-aktiv-gegen-hass-im-netz



demo:create – Demokratische Medienbildung auf und mit TikTok
Angebote für Nutzer*innen und Creator*innen
zur Medienkompetenzförderung auf TikTok
TikTok: @amadeuantonio-stiftung
democreate@amadeu-antonio-stiftung.de
www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/democreate



shift & tell - antisemitismus-kritische Videocontentreihe
Aufklärung zu Antisemitismus und
Handlungsmöglichkeiten im Umgang
mit antisemitischen Narrativen
www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/shift-and-tell-antisemitismuskritische-videocontentreihe/



Good Gaming – Well Played Democracy
Beratung und Fortbildung zu Demokratie
und Menschenrechten im Gaming
goodgaming@amadeu-antonio-stiftung.de
www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/good-gaming-well-played-democracy/



re:set - Jugend gegen Hass im Netz in Sachsen
Workshops und Fortbildungen zur
Zivilcourage im Netz
reset@amadeu-antonio-stiftung.de
www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/reset



Andere Projekte und Träger

Bundesverband für Community Management e.V. – für digitale Kommunikation & Social Media (BVCM)
www.bvcm.org

Mimikama
Faktenchecks und verifizierte
Nachrichten
www.mimikama.org

CORRECTIV
Recherche für die Gesellschaft
www.correctiv.org

Endnoten

- 1 Bundesverband Community Management e.V. 2010.
- 2 Mehr zu unserer Digital Streetwork: Amadeu Antonio Stiftung 2017, Amadeu Antonio Stiftung 2024a, Amadeu Antonio Stiftung 2024b, Hemminger et. al. 2025 (in Druck).
- 3 Vgl. Amadeu Antonio Stiftung 2024b.
- 4 Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2024, S. 25 f. und S. 30 ff.
- 5 Mehr zur Netiquette in Kapitel 3.2.
- 6 Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) 2020, S. 75 f.; Begriffsbestimmungen §7 SGB VIII: Kind ist, wer noch nicht 14 Jahre alt ist bzw. wer (im Sinne von Pflege und Erziehung der Kinder als Recht und Pflicht der Eltern sowie im Sinne von Annahme als Kind) noch nicht 18 Jahre alt ist, also das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet hat.
- 7 Ebd.: Jugendliche*r ist, wer 14, aber noch nicht 18 Jahre alt ist.
- 8 Ebd.: Junge*r Volljährige*r ist, wer 18, aber noch nicht 27 Jahre alt ist.
- 9 Vgl. Heyken/Trebing 2024, S. 40.
- 10 Ziegele/Heinbach 2021, S. 5.
- 11 Vgl. Amadeu Antonio Stiftung 2024a, S. 26.
- 12 www.amadeu-antonio-stiftung.de/audiovisuelles-digital-streetwork
- 13 www.amadeu-antonio-stiftung.de/good-gaming-well-played-democracy/digital-streetwork/so-erreichst-du-uns
- 14 Evertz/Evertz 2023, S. 8.
- 15 Nachzulesen in: Amadeu Antonio Stiftung 2017, 2024a, 2024b.
- 16 Amadeu Antonio Stiftung 2024a; Hemminger et. al. 2025.
- 17 www.goethe.de/ins/th/de/kul/mag/20693483.html
- 18 www.parameta.de/blog/emojis-in-der-professionellen-kommunikation
- 19 www.belltower.news/hass-emojis-welche-emojis-sind-bei-nazis-rechtsradikalen-rassistinnen-beliebt-113061
- 20 www.communitymanagement.de/geheime-symbolik-digitalen-kommunikation-versteckte-sprache-der-rechten;
www.amadeu-antonio-stiftung.de/sylt-war-nicht-der-anfang-wie-ein-party-song-zur-betriebsanleitung-fuer-rassismus-wird-112399
- 21 www.klicksafe.de/news/algospeak-was-bedeutendie-codes-und-emojis-auf-tiktok-und-co
- 22 www.tiktok.com/@amadeuantonioستiftung/video/7215644282902859014
- 23 www.belltower.news/hass-emojis-welche-emojis-sind-bei-nazis-rechtsradikalen-rassistinnen-beliebt-113061
- 24 www.sueddeutsche.de/wirtschaft/hassmessen-emojis-1.5284108
- 25 www.communitymanagement.de/geheime-symbolik-digitalen-kommunikation-versteckte-sprache-der-rechten
- 26 www.belltower.news/hass-emojis-welche-emojis-sind-bei-nazis-rechtsradikalen-rassistinnen-beliebt-113061
- 27 Ebd.
- 28 www.sueddeutsche.de/wirtschaft/hassmessen-emojis-1.5284108
- 29 www.buzzfeednews.com/article/karstenschmehl/whatsapp-groups-nazi-symbol-stickers-germany
- 30 www.belltower.news/hass-emojis-welche-emojis-sind-bei-nazis-rechtsradikalen-rassistinnen-beliebt-113061; www.sueddeutsche.de/wirtschaft/hassmessen-emojis-1.5284108
- 31 eine Liste für weitere Tools neben ChatGPT: www.gew.de/aktuelles/detailseite/so-laesst-sich-eine-ki-strategie-in-der-paedagogik-entwickeln
- 32 Tipps und Tricks für erfolgreiche Prompts: www.turi2.de/community/tipps-und-tricks-fuer-ki-tools-und-erfolgreiche-prompts-von-ai-you-life
- 33 Zitiert nach: Teddy 2023.
- 34 In diesem Artikel ist das Vorgehen beschrieben: Klug 2022.
- 35 Teddy 2023.
- 36 www.volksverpetzer.de
- 37 In: Kramer 2021.
- 38 Siehe: Weck, Andreas (15.04.2014): Shitstorm-Management: 10 vermeidbare Fehler in der Krisenkommunikation, www.t3n.de/news/fehler-shitstorm-management-540158
- 39 Kramer 2021.
- 40 Texte überwiegend übernommen aus: Heyken/Trebing 2024.
- 41 Abschnitt komplett übernommen: A.a.O., S. 30 f.

42 Zur Erklärung siehe Kapitel 3.1. Ansprache mit One-to-Many und One-to-One.

43 Abschnitt komplett übernommen: A.a.O., S. 31.

44 Vgl. ebd.

45 Abschnitt komplett übernommen: ebd.

46 Vgl. Christina Dinar in: Janus 2023.

47 Abschnitt komplett übernommen aus:
Heyken/Trebing 2024, S. 44.

48 Vgl. Heyken/Trebing 2024.

49 Vgl. ebd.

50 Vgl. ebd.

51 www.bvcm.org

52 Pein 2022.

53 www.der-socialmediamanager.de

54 Vertiefende Infos zu Beziehungsarbeit in: Hancken 2021.

55 Mehr zum Thema Evaluationsmethoden für digitale politische Bildung in: Dolezalek et al. 2024.

56 Unsere Kategorien: uneindeutig, positives Feedback, Frage, Betroffenheit, Mitgefühl, eigene Erfahrung, eigene Sichtweise, Ergänzung, Information/Aufklärung, Reflexion, Gegenargument, Zustimmung, Support, Humor, Bezug zur Stiftung, Hilflosigkeit, Verunsicherung, sich lustig machen, Provokation, Skepsis, Misstrauen, Kritik, Abwehr, Beleidigung, Abwertung, Wut, Falschbehauptung, Tatsachenverdrehung, Relativierung, Whataboutism, Verschwörungsgedanken, Themenbezug fehlt / Ablenkung vom Thema, Pauschalisierung, Trolling.

GEMEINSAM GEGEN HASS IM NETZ!

UNSER ZIEL

Unser Ziel ist eine Welt ohne Hass, Hetze und Ausgrenzung – eine Welt, in der alle Menschen sicher und gleichberechtigt leben können.

Daher setzt sich die Amadeu Antonio Stiftung seit ihrer Gründung für Demokratie ein. Gegen Antisemitismus, Rechtsextremismus, Rassismus und andere Formen von Diskriminierung und Gewalt. Denn Hass und Hetze brauchen Gegenwind.

Weil die Gleichwertigkeit aller Menschen zwar im Grundgesetz festgeschrieben ist, ihre tatsächliche Umsetzung aber immer wieder erwirkt werden muss, arbeitet die Amadeu Antonio Stiftung ihrem Ziel mit vielfältigen Methoden und auf unterschiedlichen Ebenen entgegen.

DIE AMADEU ANTONIO STIFTUNG ... UNTERSTÜTZT Betroffene antisemitischer, rassistischer und rechter Gewalt – etwa mit dem Opferfonds CURA. Außerdem engagiert sich die Amadeu Antonio Stiftung dafür, dass die Perspektiven von Betroffenen oben auf der Agenda bleiben – ob auf der Straße oder im Bundestag.

FÖRDERT bundesweit Projekte, die sich für eine demokratische Zivilgesellschaft stark machen. Besonders im ländlichen Raum.

FORSCHT und **MONITORT** zu den Themen Antisemitismus, Rechtsextremismus und Rassismus. Fachwissen, das in Studien, Publikationen und Beratung, aber auch in konkrete Forderungen an die Politik einfließt.

SORGT dafür, dass diese Themen in der Öffentlichkeit bleiben: durch Pressearbeit, Social Media oder Artikel auf Belltower. News, der journalistischen Plattform der Amadeu Antonio Stiftung. Aber auch durch pädagogische Arbeit und (Fort-) Bildung für Multiplikator*innen.

IHR BEITRAG

Damit wir diese Arbeit machen können, sind wir auf Spenden angewiesen. Jede einzelne Spende sichert die Zukunft und Unabhängigkeit der Amadeu Antonio Stiftung. Damit wir uns weiterhin gegen Antisemitismus, Rechtsextremismus und Rassismus engagieren können. Gemeinsam. Seien Sie dabei.

Die Stiftung kontaktieren

Amadeu Antonio Stiftung
Novalisstraße 12
10115 Berlin

Telefon: 030. 240 886 10
info@amadeu-antonio-stiftung.de
amadeu-antonio-stiftung.de

Der Stiftung spenden

GLS Gemeinschaftsbank eG
IBAN: DE32 4306 0967 6005 0000 00
SWIFT-BIC: GENODEM1GLS



amadeu-antonio-
stiftung.de/spenden-
und-stiften/

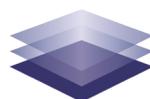
Bitte geben Sie bei der Überweisung eine Adresse an, damit wir Ihnen eine Spendenbescheinigung zuschicken können.

Der Stiftung folgen

✂ AmadeuAntonio
f AmadeuAntonioStiftung
@ amadeuantoniofoundation
amadeuantoniofoundation
AmadeuAntonioStiftung
amadeu-antonio-stiftung



pre:bunk ist ein Projekt in Trägerschaft der Amadeu Antonio Stiftung. Die Amadeu Antonio Stiftung ist Mitglied im Bundesverband Deutscher Stiftungen, anerkannter Träger der politischen Bildung und hat die Selbstverpflichtung der Initiative Transparente Zivilgesellschaft unterzeichnet.



Initiative
Transparente
Zivilgesellschaft



TikTok hat sich zu einem zentralen Lebensraum für junge Menschen entwickelt, in dem sie Antworten auf ihre Fragen suchen, sich Meinungen bilden und Informationen konsumieren. Doch sie treffen hier auf Inhalte stark unterschiedlicher Qualität – von fundierten Fachmeinungen über verkürzte Darstellungen bis hin zu manipulativen Desinformationen. Der schnelle Konsum von Kurzvideos erschwert es dabei, Inhalte zu unterscheiden und einzuordnen.

Darauf reagiert das Konzept des Pädagogischen Community Managements. Es kombiniert klassisches Community Management mit präventiven, empowernden und medienpädagogischen Elementen. Sein Ziel ist es, digitale Communities inhaltlich zu stärken und jungen Menschen Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen sie sich selbstbestimmt, souverän und medienkompetent im digitalen Raum bewegen können. Die Broschüre stellt den Ansatz und Erfahrungen damit vor und lädt zur Nach- und Weiternutzung ein.

**AMADEU
ANTONIO
STIFTUNG**