

**Online:
Beratung und Begleitung in
der pädagogischen Praxis**

Methodenfächer



Kompetenznetzwerk „Islamistischer Extremismus“ (KN:IX)

Unsere Aufgabe ist es, aktuelle Entwicklungen und Handlungsbedarfe im Phänomenbereich „Islamistischer Extremismus“ zu erfassen und die Weiterentwicklung sowie den Transfer von innovativen Angeboten voranzutreiben. Ziel ist es, mit den Angeboten von KN:IX zu einer Verstetigung und bundesweiten Verankerung von präventiven Ansätzen in Regelstrukturen beizutragen.

Die Inhalte für diesen Methodenfächer sind das Ergebnis mehrerer Workshops zum Thema „Online: Beratung und Begleitung in der pädagogischen Praxis“. Er bietet Hilfestellung für die pädagogische Arbeit in Zeiten voranschreitender Digitalisierung.

Der Methodenfächer wird jährlich erweitert. Aktuelle Inhalte finden Sie unter www.kn-ix.de.



Inhaltsverzeichnis

01

Online-
Beratung

02

Online-
Streetwork

03

Gamifizierung

01

Online-Beratung

Die Corona-Krise hat die Notwendigkeit der Digitalisierung von Offline-Angeboten verschärft. Face-to-face-Gespräche, etwa in Beratungs-Settings, Therapien oder in Kontexten der sozialen Arbeit sind plötzlich nicht mehr oder nur eingeschränkt möglich. Digitale Formate bieten die Möglichkeit, Klient*innen dennoch zu erreichen.

Auf den folgenden Karten werden drei Online-Beratungsformate näher vorgestellt:

- Email-Beratung
- Chat-Beratung
- Video-Beratung

Email-Beratung findet bereits seit über 20 Jahren statt. Für Klient*innen bietet sie die Möglichkeit, die eigene Problemlage ortsungebunden und unabhängig von den Öffnungszeiten der Beratungsstelle zu formulieren.

Besonderheiten:

- Asynchrone (zeitversetzte) Form der Beratung:
Zwischen der Anfrage durch die Klient*innen und der Antwort der Berater*innen liegen teilweise mehrere Tage.
- Berater*innen müssen die Situation der Klient*innen auf Basis der Email-Inhalte

einschätzen und können sich nicht an anderen Hinweisreizen (wie bspw. Mimik oder Artikulation) orientieren.

- Die Verschriftlichung der eigenen Problemsituation kann für Klient*innen eine erste Entlastungsfunktion haben.

So gelingt die Email-Beratung:

- Um eine vertrauliche Beratung zu gewährleisten, muss die Email-Beratung verschlüsselt stattfinden.
- Berater*innen sollten auf die Emails von Klient*innen in einem engen zeitlichen Rahmen reagieren (z. B. unter der Woche innerhalb von 48 Stunden).
- Aufgrund der asynchronen Beratungssituation ist es wichtig zu berücksichtigen, dass sich die Klient*innen womöglich in einer anderen Verfassung befinden als zum Absendezeitpunkt ihrer Email-Anfrage.
- Im Zuge der Erstantwort sollte das Beratungsangebot zunächst kurz beschrieben werden, bspw. „Ich kann Ihnen anbieten, Sie an zwei festen Tagen pro Woche per Email zu begleiten.“

Chat-Beratungsformate haben sich vor allem in den vergangenen zehn Jahren etabliert. Im Vergleich zur Email-Beratung findet die Chat-Beratung beschleunigter statt und nähert sich daher eher einem mündlichen Gespräch an.

Besonderheiten:

- Chat-Formate weisen eine höhere zeitliche Synchronität auf als Formate der Email-Beratung.
- Dennoch finden sie nicht unvermittelt statt, da Gesprächsinhalte in (kurze) Sequenzen zusammengefasst und erst anschließend abgeschickt werden.
- Die Verschriftlichung von Gedanken und Gefühlen kann einerseits zu einer besseren Auseinandersetzung führen, andererseits auch mehr Distanz schaffen als ein mündliches Gespräch.

Struktur:

Damit der Chat-Verlauf nicht zu unübersichtlich wird, ist es hilfreich, die Beratung in verschiedene Phasen zu unterteilen:

Initialphase:

Kontakt herstellen, Vertrauen aufbauen, erste Zielvereinbarungen formulieren, thematischen Fokus legen

Integrationsphase:

Kognitive und emotionale Einordnung und Aufarbeitung der behandelten Themen

Aktionsphase:

Vertiefende Besprechung der vereinbarten Themen

Neuorientierungsphase:

Veränderungswünsche und Lösungsmöglichkeiten für die Lebenssituation diskutieren

Weitere Informationen finden Sie unter: www.e-beratungsjournal.net/ausgabe_0213/engelhardt_storch.pdf

Methoden:

Das Konzept des *interaktionsorientierten Schreibens* (nach Angelika Storrer, TU Dortmund, 2018) verbindet Merkmale mündlicher und schriftlicher Sprache in der Netzkommunikation. Im Beratungskontext ist die Nutzung dieser Technik sinnvoll, um Nähe zwischen Berater*innen und Klient*innen zu schaffen.

- Ziel des interaktionsorientierten Schreibens ist ein möglichst niedrighschwelliger Dialog.
 - Grammatikalische Feinheiten und Fachbegriffe spielen eine untergeordnete Rolle.
 - Die Chat-Inhalte sollten hauptsächlich für die an der Interaktion beteiligten Personen nachvollziehbar und verständlich sein.
 - Schnelle Reaktionen sind wichtig, um den Dialog flüssig zu gestalten.
 - Alltagssprachliche Elemente sollten in den Textfluss eingebaut werden.
- > **Interaktionsorientiertes Schreiben zielt vor allem darauf ab, die Hemmschwelle auf Seiten der Klient*innen zu senken und ein möglichst offenes, schriftliches Gespräch zu führen.**

Die Video-Beratung stellt ein synchrones Format dar und schafft durch die Übertragung von Bild und Ton eine ähnliche Nähe wie eine Face-to-face-Gesprächssituation.

Vorbereitung:

- Richten Sie sich einen ruhigen Arbeitsplatz ein.
- Wählen Sie einen möglichst neutralen Hintergrund.
- Schaffen Sie eine Beleuchtungssituation, in der Sie als Berater*in gut zu sehen sind.
- Platzieren Sie die Kamera auf Augenhöhe, damit die Klient*innen nicht das Gefühl haben, „von oben herab“ betrachtet zu werden.
- Die Klient*innen sollten sich in einer geschützten Umgebung aufhalten, um offen sprechen zu können.

So gelingt die Video-Beratung:

- Sprechen Sie klarer und langsamer als gewohnt.
- Fixieren Sie den Bildschirm nicht über die gesamte Dauer des Gesprächs. Schauen Sie ab und zu auch über oder neben den Bildschirm.
- Gestalten Sie den Sprecher*innenwechsel aktiv und durch bestimmte Signale, bspw. Kopfnicken, Handzeichen oder formatgestützte Features.
- Vor allem bei Beratungsgesprächen mit mehreren Personen (z. B. Familien) sollten Sprecher*innenwechsel durch Tonsignale oder visuelle Hinweise angekündigt werden.

Checkliste und Qualitätskriterien:

Zur sicheren und effektiven Durchführung von digitalen Beratungsangeboten müssen einige Rahmenbedingungen beachtet werden:

- Um gelingende Online-Angebote zu entwickeln, sind kontinuierliche Fort- und Weiterbildungen notwendig.
- Erweitern Sie konstant Ihre Medienkompetenz.
- Stärken Sie einzelne Kompetenzen (z. B. Kommunikationsfähigkeit).
- Führen Sie regelmäßige Supervisionen durch.
- Stellen Sie sicher, dass nur die Berater*innen selbst auf die Endgeräte, die für die Angebote genutzt werden, zugreifen.
- Beachten Sie stets die berufsrechtlichen Regelungen und Datenschutzvorgaben.

Online-Interventionen:

Der Ansatz der *narrativ-biografischen Gesprächsführung* kann auch auf Online-Kontexte übertragen werden, bspw. bei Online-Interventionen, die darauf abzielen, mit Personen ins Gespräch zu kommen, die radikale und extremistische Äußerungen teilen.

- Die Regeln für das Gespräch werden dialogisch ausgehandelt.
- Führen Sie das Gespräch kritisch, empathisch und zugewandt.
- Verfallen Sie bei extremistischen Äußerungen nicht in einen Schlagabtausch von Argumenten, sondern beziehen Sie kritisch Position.
- Schaffen Sie eine *Rote Linie*: Entmenschlichung von Personen(-gruppen) darf nicht toleriert werden.
- Fragen Sie nach konkreten persönlichen Erfahrungen des Gegenübers.
- Formulieren Sie Ich-Botschaften, und deklarieren Sie andere Meinungen nicht als richtig oder falsch.
- Gespräche sollten nicht problemorientiert enden, sondern mit einem Fokus auf verbindende Elemente bzw. mit positivem Ausblick.

02

Online-Streetwork

Ähnlich zur aufsuchenden Jugendarbeit im öffentlichen Raum, zielt *Online-Streetwork* darauf ab, schwer zugängliche Zielgruppen zu erreichen und mit ihnen in den Dialog zu treten.

Herangehensweise:

- Zuerst erfolgt eine Kontaktaufnahme mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf Social-Media-Plattformen.
- Die pädagogischen Mitarbeiter*innen beginnen den direkten Dialog durch Stellungnahmen oder Fragen
 - > in Kommentarspalten („one-to-many“, „many-to-many“) oder
 - > als Privatnachricht („one-to-one“).
- Zielgruppenrelevante Inhalte werden durch gezieltes Targeting (z. B. durch bezahlte Werbung) in die Filterblase und damit in die digitale Lebenswelt der Jugendlichen transportiert.

Drei verschiedene Formen der Kontaktaufnahme im Rahmen von Online-Streetwork sind denkbar.

Passiv: Pädagog*innen der Online-Streetwork-Teams sind über ihre beruflichen Profile auf Social-Media-Plattformen vertreten und können dort von Jugendlichen kontaktiert werden.

Indirekt: Online-Streetworker*innen werden mithilfe (jugendlicher) Peer-Groups mit der Zielgruppe in

Kontakt gebracht, bspw. indem Personen aus der Peer-Group die Beiträge der Streetworker*innen liken oder ihren Kanälen folgen.

Initiativ: Streetworker*innen nehmen gezielt Kontakt zu einzelnen Social-Media-Nutzer*innen auf.

Online-Streetwork

Im Bereich des Online-Streetworks kann zwischen *content-based* und *non-content-based* Formaten unterschieden werden.

Non-content-based:

Online-Streetworker*innen entwickeln keine eigenen themenspezifischen Inhalte bzw. Postings, sondern konzentrieren sich auf die Kommunikation mit der Zielgruppe - unabhängig von bestimmten Themen.

Content-based:

Aufbereitung von jugendrelevanten Themen in Form von Videos, Grafiken oder Infoposts. Solche Inhalte sind besonders geeignet, um extremistischen Online-Angeboten divergierende Narrative gegenüberzustellen.

Weitere Informationen finden Sie hier: Turn – Verein für Gewalt- und Extremismusprävention: Jamal al-Khatib. Das pädagogische Paket #2.

Online-Streetwork

Chancen

- Online-Streetwork ermöglicht ein niedrighschwelliges Gesprächsangebot und (potenziell) anonyme Kommunikation.
- Beobachtung und bessere Einschätzung von problematischen Entwicklungen auf Online-Plattformen sind möglich.
- Extremistische Inhalte können durch divergierende Narrative aufgebrochen werden.

Herausforderungen

- Auch wenn Online-Streetworker*innen anonym agieren, müssen sie ihre Arbeitsweise ausreichend transparent kommunizieren. Sonst laufen sie Gefahr, die Zielgruppe zu manipulieren.
- Die Grenzen der Online-Beratung sollten klar definiert sein. Klient*innen müssen bei Bedarf an andere (spezialisierte) Einrichtungen oder Beratungsstellen vermittelt werden.

Online-Streetwork

Schutzräume sind im Internet ebenso notwendig wie im analogen Raum.

Wichtige Funktionen der aufsuchenden Jugendarbeit im öffentlichen Raum muss die Online-Streetwork auch im Digitalen erfüllen. So finden Jugendliche im Rahmen der analogen Jugendarbeit Rückzugsräume und sogenannte „Safe Spaces“, um sich selbstbestimmt und frei von Angriffen entfalten zu können. Diese Rückzugsräume muss die Online-Streetwork ebenso anbieten.

Um sichere Räume für jugendliche Zielgruppen zu schaffen, ist es sinnvoll, sich auf ihren Plattformen (z. B. Instagram, TikTok, Twitch) zu bewegen. Jugendliche begegnen auf diesen Plattformen einer Fülle an extremistischem Content und Falschinformationen. Häufig ist es schwierig, sich online (gegen extremistische Narrative) zu positionieren, ohne von anderen Nutzer*innen angegriffen oder diffamiert zu werden.

Virtuelle Safe Spaces

Um Jugendlichen geschützte digitale Räume zu bieten, sollten die folgenden Punkte beachtet werden:

- In Sozialen Netzwerken oder Gaming-Communities kann (im Sinne des digitalen Streetwork-Ansatzes) Unterstützung angeboten werden. Um Jugendliche besser zu erreichen, können Präventionsakteur*innen auch die Reichweiten von Influencer*innen nutzen - entweder als Ansprachekonzepte in den Kommentarspalten unter den Beiträgen dieser Kanäle oder in direkter Zusammenarbeit mit Influencer*innen.
- Gaming-Plattformen wie Twitch oder Steam werden zunehmend beliebter bei Jugendlichen. Online-Aktivitäten, wie z. B. organisierte Twitch-Turniere, bieten einen ungezwungenen Rahmen, problematische Inhalte auf den jeweiligen Kanälen zu diskutieren, ohne dass Jugendliche Stigmatisierung durch ihre Peergruppen befürchten müssen



Virtuelle Safe Spaces

- Jugendliche, die von digitalen Präventionsprogrammen angesprochen werden, können im Rahmen von Trainings befähigt werden, ihre Online-Blasen als „Mediencouts“ selbst mitzumoderieren und bei Konfliktfällen einzuschreiten. Das Projekt „Mediencouts NRW“ unterstützt Schulen im primärpräventiven Be-

reich mit als „Mediencouts“ ausgebildeten Jugendlichen, die andere Schüler*innen hinsichtlich ihrer Online-Mediennutzung beraten und auf Gefahren im Netz hinweisen.



Virtuelle Safe Spaces

Praxisbeispiel: Online-Angebote der belgischen Stadt Mechelen

In Mechelen wird versucht, Offline-Ansätze in den Online-Bereich zu übertragen. Mithilfe von Monitoring-Systemen wird aktuell getestet, wie vulnerable Nutzer*innen online erkannt werden können. Dafür arbeitet die Stadt mit einem Software-Anbieter zusammen, der auf Basis von Open Source-Daten auswertet, wo und wann extremistische Inhalte geteilt werden.

Im Rahmen von FIFA-Turnieren auf Twitch werden außerdem Kontakte zwischen Präventionsakteur*innen und Jugendlichen hergestellt, die in ungezwungener Atmosphäre beispielsweise über COVID-19-Verschwö-

rungsmythen diskutieren. Jugend- und Sozialarbeiter*innen, die täglichen Kontakt zur Zielgruppen haben, bewerben diese Turniere.

Diese Turniere bilden den Ausgangspunkt für weitere Online-Treffen (z. B. via Zoom). So werden geschützte digitale Räume geschaffen, in denen sich die Jugendlichen untereinander, aber auch mit Präventionsakteur*innen und (anderen) Expert*innen, austauschen können.

Weitere Informationen zu den (digitalen) Präventionsangeboten in Mechelen finden Sie auf der Webseite der Stadt.

Virtuelle Safe Spaces

Extremistische Erzählungen und Ideologien verbreiten sich online deutlich schneller als in der analogen Welt.

Wer im Internet zum Thema Islam recherchiert, begegnet einer Vielzahl an Kanälen und Informationsquellen, die dem Spektrum des religiös begründeten Extremismus zuzuordnen sind. Um extremistischen Inhalten etwas entgegenzusetzen, versuchen sogenannte Alternativ- oder Gegennarrativ-Kampagnen, extremistische Gewalt zu delegitimieren und mithilfe alternativer Narrative demokratische Deutungsmuster aufzuzeigen.

Die Wirkung von Online-Kampagnen, die sogenannte alternative Narrative oder Gegennarrative nutzen, wird häufig angezweifelt. Allerdings zeigt sich besonders im Rahmen primärpräventiver Angebote, dass organisierte Gegenrede wirksam gegen Hass und Radikalisierung im Online-Kontext sein kann.

Ein Team aus Wissenschaftler*innen hat für eine Studie zur Wirksamkeit von Gegennarrativen 200.000 Online-Gesprächsverläufe ausge-



Alternative Narrative

wertet, u. a. um zu prüfen, wie sich Gegenrede auf (extremistische) Diskurse auswirkt. Dabei konnte festgestellt werden, dass auf alternative Narrative häufiger neutrale Gegenreaktionen folgten, als in Gesprächsverläufen, die nicht kommentiert wurden. Außerdem konnten die Forscher*innen auch erste Indikatoren dafür festlegen, wann es tendenziell wirksam ist, inhaltlich und faktenbasiert zu diskutieren und wann es besser ist, sich auf die psychologische Funktion zu

konzentrieren, die extremistische Narrative für Nutzer*innen erfüllen.

Der Effekt von Gegennarrativen hängt maßgeblich vom Grad der Radikalisierung der Nutzer*innen ab. Besonders Personen, die bei erkennbarer Verunsicherung nach Erklärungsansätzen suchen (z. B. bzgl. Impfungen) und dabei extremistische und/oder verschwörungsmythische Narrative reproduzieren, sind in einigen Fällen offen für sachliche Gegenargumente.



Alternative Narrative

Für Gegennarrativ-Kampagnen der Präventions- und Deradikalisierungsarbeit gilt es, einige Punkte zu beachten:

Fundiertes Wissen über die Zielgruppe: Idealerweise sind Personen des Zielpublikums an der Entwicklung der Kampagne beteiligt.

Den richtigen Kanal wählen: Alternative Narrative werden über die bevorzugte Online-Plattform der Zielgruppe verbreitet.

Hybride Modelle: Der Dialog mit Zielpersonen wird auch im Offline-Kontext weitergeführt.

Call to action: Bei erfolgreichen Kampagnen ist die Möglichkeit zum Mitmachen ein integraler Bestandteil für Personen, die sich themenspezifisch engagieren möchten. So wird sichergestellt, dass die Kampagne wächst und dass alternative Narrative nicht im luftleeren Raum verpuffen.

Anknüpfungspunkte liefern: (Anekdotische) Erzählungen oder Geschichten bilden in



Alternative Narrative

der Regel einen guten Ansatzpunkt. Damit die Zielgruppe angeregt wird, sich mit den Themen auseinanderzusetzen, kann es hilfreich sein, persönliche und authentische Geschichten aufzubereiten (z. B. mithilfe von Aussteiger*innen-Videos).

Expert*innen ins Boot holen: Für die narrative Aufbereitung von Inhalten lohnt sich der Dialog mit Autor*innen, Regisseur*innen oder Game-Designer*innen. Auch die Verwendung fiktionaler Charaktere, die in ihrem Deradikalisierungsprozess begleitet werden, kann ein möglicher Ansatzpunkt sein.



Alternative Narrative

Don'ts:

- **Verschwörungserzählungen unbeabsichtigt fördern:** Der Einsatz humoristischer Mittel kann dazu führen, dass Inhalte missverstanden werden. Extremistischen Narrativen sollte nicht zu viel Raum gegeben werden, für den Fall, dass die Zielgruppe nicht den gesamten Content (Text, Post oder Video) anschaut. Hier besteht die Gefahr, dass die Auflösung der extremistischen Narrative verloren geht.
- **Unsichtbar werden:** Manche Kampagnen erleben nach einer Zeit eine Stagnation oder einen Verlust hinsichtlich ihrer Reichweite (z. B. wenn neue Posts nicht mehr im Newsfeed der User*innen von Online-Plattformen angezeigt werden).
- **Falsche Plattformen nutzen:** Es sollte Klarheit darüber herrschen, welche Sozialen Netzwerke die Zielgruppe für welche Zwecke nutzt. Ein möglicher Trugschluss ist, dass Jugendliche nur noch über TikTok zu erreichen sind. (Manche Jugendliche nutzen bspw. TikTok zur Unterhaltung und YouTube, um sich zu informieren.)

Alternative Narrative

Dos:

- **Zentrale Botschaften klar und auf den Punkt vermitteln:** Die meisten Jugendlichen befassen sich nur sehr kurz mit einem Post (häufig nur wenige Sekunden). Videos werden in der Regel nicht zu Ende geschaut. Der Kerninhalt von Alternativ- oder Gegenarrativen sollte also auf den ersten Blick erfassbar sein.
- **Algorithmen beachten:** Wenn Beiträge eines Kanals über einen langen Zeitraum zu ähnlich sind, werden sie oft nicht mehr im Newsfeed der Nutzer*innen angezeigt. Es ist daher wichtig, Content so abwechslungsreich wie möglich zu gestalten.
- **Social Media-Verhalten der Zielgruppe kennen:** Das sich ständig verändernde Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen wird regelmäßig im Rahmen von Studien, wie bspw. der JIM-Studie, erhoben. Um besser zu verstehen, welche Plattformen Jugendliche (aktiv und passiv) nutzen und um Kampagnen bestmöglich anzupassen, lohnt sich ein Blick in die Ergebnisse dieser Studien.

Alternative Narrative

Gamifizierung bezeichnet in der Regel die Verwendung von Game-Designelementen in Kontexten, die ansonsten nicht als klassische Gaming-Räume gelten. Dazu zählt unter anderem die Übertragung von Gaming-Elementen, wie bspw. Bestenlisten (sogenannte Leaderboards), Punktevergabe oder digitale Abzeichen.

03

Gamifizierung

Extremistische Akteur*innen versuchen, die Anziehungskraft von Gaming-Elementen zunehmend für ihre Zwecke zu nutzen:

- Der visuelle Stil von Ego-Shooter-Spielen (Ich-Perspektive in Kampfsituation) wird beispielsweise in (mit Helm-Kamera gefilmten) Propagandavideos und anderen medialen Rekrutierungsformen aufgegriffen.
- Videos aus dem extremistischen Milieu enthalten Filmmaterial und Sequenzen aus Videospiele, wie bspw. Call of Duty.
- Über Online-Foren und Discord-Server werden Zielgruppen mithilfe von Rankingsystemen animiert, im Austausch mit extremistischen Akteur*innen am Ball zu bleiben.

Gaming-Elemente in der Präventionsarbeit

Videospiele und Gaming-Elemente bieten auch für Online-Maßnahmen der Extremismusprävention eine Chance, Zielgruppen besser zu erreichen. In der Praxis kann es einfacher und (weniger kostspielig) sein, einzelne Gaming-Ansätze zu übertragen, anstatt ein komplettes Videospiel neu zu entwickeln.

Im Kontext digitaler Jugendarbeit werden Gaming-Elemente beispielsweise in Form von Online-Anerkennungssystemen, wie Badges (digitale Abzeichen) eingesetzt. Teilnehmer*innen von Online-Kursen erhalten anstelle von

Teilnahmebescheinigungen entsprechende Abzeichen, die auf den ‚Open Badges‘-Standards von Mozilla basieren.

*Weitere Informationen finden sich bspw. in der Publikation „Developing Digital Youth Work“. Eine Expert*innengruppe hat hier im Rahmen des European Union Work Plan for Youth Handlungsempfehlungen und eine umfangreiche Auflistung von „Good Practice“-Beispielen für digitale Jugendarbeit erstellt. Die Publikation enthält außerdem verschiedene Trainingsmaterialien zur digitalen Medienkompetenz für Praktiker*innen.*



Bei der Übertragung von Gaming-Konzepten spielt neben visuellen Referenzen besonders die an Videospiele angelehnte Sprache eine große Rolle. Für Online-Ansprachekonzepte ist es sinnvoll, sich mit den **Terminologien gängiger Videospiele** zu befassen. Informieren Sie sich über die gängigen Begriffe und Akronyme der „Gamer-sprache“ beispielsweise auf intel.de oder ehlion.com.

Wenn Gaming-Ansätze in andere Settings übertragen werden, ist es wichtig, **die Emotionen zu verstehen**,

die Nutzer*innen motivieren, weiterzuspielen. Zum Beispiel sind Spieler*innen des Landwirtschaftssimulationsspiels „Farmville“ durch Gefühle der Verlustvermeidung angespornt, da ihre digitale Ernte nach einer bestimmten Zeit der Inaktivität wieder verschwindet. In anderen Spielen geht es darum, eine möglichst hohe Anzahl an virtuellen Charakteren zu retten, um zu gewinnen. Nutzer*innen, die ein großes Bedürfnis haben, sich als Beschützer*innen zu fühlen, werden bei dieser Art von Spielen besonders motiviert.



Praxisbeispiel: DECOUNT

DECOUNT ist ein interaktives Spiel zur Extremismusprävention. Im Zentrum des Spiels stehen vier Protagonist*innen, die sich in der islamistischen bzw. rechtsextremistischen Szene radikalisieren. Die Nutzer*innen können entscheiden, wie sich die Geschichten entfalten, jede Entscheidung zieht bestimmte Konsequenzen nach sich. Das Spiel basiert auf Interviews mit (ehemaligen) Extremist*innen, der Analyse von extremistischer Online-Propaganda sowie auf Gesprächen und Probedurchläufen mit Jugendlichen.

Das Design umfasst verschiedene Elemente: Den Ausgang bildet ein Social-Media-Inter-

face (die Ansicht eines Smartphones mit geöffneter Social Media-Plattform). Darüber hinaus gibt es weitere Minispiele, Comics und kurze Videos. Ziel des Spiels ist es, zu veranschaulichen, wie Radikalisierung in alltäglichen Situationen passiert sowie das Bewusstsein für Strategien extremistischer Akteur*innen zu schärfen und extremistische Propaganda zu hinterfragen.

Das Spiel kann in der Primär- und Sekundärprävention und insbesondere in der Arbeit mit Jugendlichen eingesetzt werden. Im Kontext von Beratungsettings ist DECOUNT auch in der Tertiärprävention nutzbar.

Die Bundesarbeitsgemeinschaft religiös begründeter Extremismus, kurz BAG RelEx, fördert und unterstützt die bundesweite Vernetzung von zivilgesellschaftlichen Akteur*innen, die sich für eine erfolgreiche und nachhaltige Prävention und Deradikalisierung auf dem Feld des religiös begründeten Extremismus engagieren. Die Bundesarbeitsgemeinschaft bietet eine Plattform für den Fachaustausch und unterstützt sie in der Erarbeitung und Entwicklung von Qualitätsstandards.

Die BAG RelEx vertritt die Interessen der zivilgesellschaftlichen Akteur*innen in der Präventions- und Deradikalisierungsarbeit gegenüber Politik, Wissenschaft und Verwaltung und bringt deren Erfahrungen und Perspektiven in die fachwissenschaftliche und politische Debatte ein. Die BAG RelEx informiert Ratsuchende und Interessierte im Themenfeld und vermittelt Ansprechpartner*innen vor Ort.

ufuq.de ist ein anerkannter Träger der freien Jugendhilfe und in der politischen Bildung und Prävention zu den Themen Islam, Islamfeindlichkeit und Islamismus aktiv. Mit seinen Angeboten ist er bundesweit Ansprechpartner für Pädagog*innen, Lehrkräfte und Mitarbeiter*innen von Behörden.

ufuq.de bemüht sich um Alternativen zu den aufgeregten Debatten um „Parallelgesellschaften“, religiös

begründete Radikalisierungen und eine vermeintliche „Islamisierung“ Deutschlands. Der Träger arbeitet an der Schnittstelle von politischer Bildung, Pädagogik, Wissenschaft und politischer Debatte und informiert, berät und unterstützt in den Herausforderungen, die sich in der pädagogischen Arbeit in der Migrationsgesellschaft ergeben können.

Violence Prevention Network

ist ein Verbund erfahrener Fachkräfte, die seit Jahren mit Erfolg in der Extremismusprävention sowie der Deradikalisierung tätig sind. Durch seine Arbeit mit rechts-extremistisch und islamistisch Gefährdeten sowie Radikalisierten hat sich das Team von Violence Prevention Network über Jahre eine europaweit anerkannte Expertise im Bereich der Arbeit mit ideologisch motivierten Straftäter*innen erworben.

Über 100 Mitarbeiter*innen sind aktuell in acht Bundesländern für Violence Prevention Network tätig. Neben den klassischen Ansätzen der Radikalisierungsprävention und Deradikalisierung setzt die NGO seit 2016 auch vermehrt Projekte im Online-/Social-Media-Bereich um.



Violence
Prevention Network

Impressum



Violence Prevention Network gGmbH

Kompetenznetzwerk „Islamistischer Extremismus“ (KN:IX)

Alt-Reinickendorf 25
13407 Berlin

Tel.: 030 91 70 54 64

Email: franziska.kreller@violence-prevention-network.de

Web: www.kn-ix.de

© Violence Prevention Network | 2021

Das Kompetenznetzwerk „Islamistischer Extremismus“ wird gefördert durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend im Rahmen des Bundesprogramms "Demokratie leben!" und kofinanziert durch das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat sowie das Bayerische Landeskriminalamt.

Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie **leben!**



Bundesministerium
des Innern, für Bau
und Heimat

Bayerisches
Landeskriminalamt



