



YOUTH CODES HOW-TO

Toolkit für die Jugendarbeit zum Thema
Klima- und Mobilitätswandel

Das Projekt „youth codes“- Wege zur Mobilitätswende aus Jugendperspektive wird gefördert bzw. finanziert im Rahmen des FTI-Programms Mobilität der Zukunft durch das Bundesministerium für Klimaschutz und von der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft abgewickelt.



 **Bundesministerium**
Klimaschutz, Umwelt,
Energie, Mobilität,
Innovation und Technologie

Inhalt

Zielsetzung.....	2
Motivation.....	3
Kurzvideos	10
Social-Media TikTok	4
Comics	5
T-Shirts mit Slogans +Bilder.....	8
Memes.....	9
Kombinationen	10
Anhang:	13
Kommunikation	13
Materialienlinks.....	14
Materialien zum Ausdrucken	16
Bilderbeispiele.....	17
Kontaktdaten.....	21

Zielsetzung

Neue Wege

Aus den Erfahrungen der youth codes Workshops und den dabei gesammelten Best Practice Beispielen, wurde das nachstehende Toolkit erstellt. Es soll dazu animieren eigene Projekte zum Thema Klima- und Mobilitätswandel durchzuführen



Mobilitätswende wozu?

Das Thema Mobilität - also wie wir normalerweise unterwegs sind -, ist für Jugendliche auf den ersten Blick nicht sehr spannend und wenig greifbar. Da die Folgen unserer täglichen Mobilität jedoch für den Klimawandel eine entscheidende Rolle spielen, ist es wichtig, junge Menschen frühzeitig für die ökologischen, ökonomischen, sozialen und gesundheitlichen **Auswirkungen ihres Lebensstils und ihres Mobilitätsverhaltens** zu sensibilisieren.

Das Ziel des Forschungsprojekts youth codes war es, gemeinsam mit der Zielgruppe die eigenen Handlungsspielräume zu identifizieren und damit zu **Verhaltensveränderungen** beizutragen, die die Mobilitätswende unterstützen.

Unsere Aufgabe ist es somit **geeignete Methoden, Maßnahmen und Aktivierungsstrategien zu finden**, die unterschiedliche Jugendgruppen ansprechen, und ihnen ein Toolkit zur Verfügung zu stellen, mit dessen Hilfe sie sich mit dem Thema **auf ihre bevorzugte Art** und Weise auseinandersetzen können. Interaktive und gemeinschaftliche Formate stehen dabei im Vordergrund.

Gerade die Zielgruppe der 15- bis 24-Jährigen ist auf der Suche nach Erweiterungsmöglichkeiten ihrer Mobilitätsoptionen und soll die Möglichkeit erhalten, die Folgen ihrer Entscheidungen selbst zu reflektieren. Denn wer -wenn nicht die Jungen- ist stark im Einfordern von neuen Handlungsoptionen, Veränderungen und neuen umweltfreundlichen Mobilitätsangeboten.

Somit ist das hier entstandene How-to keine penible Handlungsanweisung, sondern eine **Ideensammlung von im Projekt youth codes entstandenen und erprobten Ansätzen**.

Motivation

Viele Jugendlichen möchten gegen Missstände und Ungerechtigkeiten, die sie wahrnehmen, ankämpfen. Die Bereitschaft sich zu engagieren, zu demonstrieren und für eine Richtungsänderung zu klimafreundlicheren Produkten und (Mobilitäts)Verhalten einzutreten, ist greifbar und sichtbar.

Die Überzeugung gegen einen Missstand anzukämpfen oder etwas zu fordern, ist bei der Zielgruppe besonders stark ausgeprägt. Bilder von Umweltschäden, -verschmutzung, -katastrophen und leidenden Lebewesen lösen Emotionen aus, die berühren, verstören und machen wütend machen. Veränderung bewirken zu wollen ist eine starke Motivation, die für sich steht.

Viele Klimaschutzaktivist*innen verspüren diese Überzeugung, für die sie auch öffentlich eintreten und nach der sie handeln. Ihre Leidenschaft beflügelt ihre Aktionen, ihre laute Stimme wird gehört. Damit ihre Argumente besser verstanden und auch zu Verhaltensänderungen führen, können vielfältige Formate, die auch weniger umweltbewusste Jugendliche einbinden, unterstützen.

Gerade Jugendliche, die noch weniger über Klimazusammenhänge und schädliche Verhaltensweisen Bescheid wissen (wollen) oder sich nicht in der Verantwortung sehen, Änderungen mittragen zu müssen, brauchen **creative Möglichkeiten**, sich mit dem Verkehr und seinen Folgen für die CO₂ Bilanz auseinanderzusetzen. Die Sensibilisierung auf aktuelle Themen (wie beispielsweise die Knappheit eines Gutes wie Gas, Öl, die zu Preissteigerungen führt, oder der Gedanke, dass höhere Preise eher zum Sparen anleiten) benötigt Raum und gute Formate, um diskutiert zu werden. Die Erreichung der CO₂ Ziele bis 2040 braucht **die gemeinschaftliche Verantwortung** und die intrinsische Motivation insbesondere der Jungen, diese Verantwortung einzufordern und nach Verbündeten zu suchen. Leidenschaftliche Diskurse der eigenen Meinung setzen zukünftig die „selektive Wahrnehmung“ in Gang, die weitere Informationen und Fakten zu diesem Thema eher aufspürt. Andere Personen zu begeistern und mitzureißen braucht aber auch das Wissen und die Sensibilität, wie man andere unterschiedliche Personengruppen emotional erreichen und berühren kann.

Besonders über Social-Media-Kanäle können andere Gruppen erreicht werden. Die Reaktionen von flower rain bis shit storm sind bekannt. Manche Jugendliche sind bevorzugt als Beobachter:innen und manche als Meinungsmacher:innen aktiv.



Kreative Möglichkeiten
der Auseinandersetzung

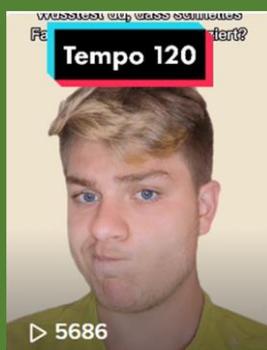
Gute Formate, um zu
DISKUTIEREN

Leidenschaftliche Diskurse

Raus aus der eigenen
Blase

Social-Media TikTok

Es empfiehlt sich zunächst die Einstellung „privat“ zu verwenden und erst später zu entscheiden, ob das Video geteilt wird.



Mach es besser!

Das Faszinierende an TikTok ist die **Kürze der Botschaft**. Wie drehe ich ein Video – deine Kurzanleitung findest du [HIER](#)
Unser Vorschlag zur Umsetzung, überlege dir:

Was ist das Ziel?

Überlege genau was du alles mit dem TikTok erreichen willst: Deine Community überraschen? Neue Follower finden? Einen Beitrag zum Klimaschutz leisten? Zum Nachdenken anregen? Zum Lachen bringen? Eine Serie gemeinsam mit anderen starten? Gemeinsam mit anderen eine Serie starten?

Deine Überzeugungskraft ist entscheidend

Mache dich schlau und finde überzeugende Argumente. So reißt du andere mit, dann springt der Funke springt über, und das Video wird oft geteilt.

Was wirkt besonders?

Außergewöhnliche Bilder und Texte sind Hingucker („Reifen einatmen“, 85% der Jugendlichen wollen Veränderungen). Du findest Beispielvideos mit hohen und niedrigen Views auf [TikTok youthcodes](#)

Wie mit mit Shit storms und negativen Kommentaren umgehen?

Viele Reaktionen sind besser als keine. Negative Reaktionen, die den Inhalt betreffen, bedeuten, dass du einen guten Punkt getroffen hast. Manchmal sind die Personen noch nicht bereit für Veränderungen und Lösungen, aber es ärgert sie eben deine Sichtweise. Negative beleidigende Reaktionen, die deine Person betreffen, solltest du einfach vergessen.

Welche Vorlagen gibt es?

Wer mehrere Beiträge ausprobieren will, soll zunächst die Einstellung „privat“ verwenden.

Wer noch nicht so geübt ist, kann eine der TikTok Vorlagen verwenden und den eigenen Text einfügen.

Die wichtigsten Tipps zu TikTok und den Einstellungen:

TikTok mit anderen Social Media Konten verlinken: Hinzufügen eines Social Media-Kontos zu einem TikTok-Profil:

1. Tippe unten rechts auf Profil.
2. Tippe auf Profil bearbeiten.
3. Wähle „Füge Instagram zu deinem Profil hinzu“

Challenges

Challenge #2

- Bilde ein Team von 2-8 Personen.
- Macht ein Video zum Thema "Umwelt" (max. 1 Minute lang).
- Schickt das Video oder den Youtube Link an [office@youthcodes.at!](mailto:office@youthcodes.at)
- Gewinne 1x250€ und 2x50€!

@youthcodes_

Tipps:

- Gruppen sollten nicht zu unterschiedlich zusammengesetzt sein, um Dominanzen und Reibungen zu verringern.
- Halte Serienchallenges kompakt und den Verlauf nicht über 2-3 Wochen.
- Überlass den Jugendlichen so weit wie möglich das Ruder und gib ihnen nicht deine eigenen Vorstellungen vor. Die Kids kennen sich selbst am allerbesten.
- Nutze digitale Whiteboards (miro, mural,...) als gemeinsamen, auch asynchron nutzbaren Arbeits- und Austauschbereich



Unter unterschiedlichen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun, sind „gemeinsame Aktionen“ die beliebteste Aktivität für Jugendliche – drei Viertel von jungen Befragten geben an, dass das ihnen Spaß machen würde.

Im Internet sind Challenges, die manchmal – aber nicht immer – einem guten Zweck gewidmet sind, ein bekanntes und vertrautes Phänomen geworden, das je nach Aufwand auch sehr große Reichweiten erzielen kann.

Einmalchallenges eignen sich sehr gut, um die Aufmerksamkeit für ein Thema zu erhöhen und einzelne oder Gruppen von jungen Leuten zu motivieren, eine Aktion zu setzen. Beispiele dafür sind etwa Foto- oder Kurzvideowettbewerbe oder auch Comics- oder Memes-Challenges auf Instagram bzw. TikTok.

Begleitete **Serienchallenges** erfordern mehr Aufwand in der Vorbereitung und Begleitung, erzielen aber auch ein wesentlich höheres und länger andauerndes Engagement bei den Beteiligten. Sie sind auch sehr gut geeignet, um eine *Peer-Strategie* zu entwickeln, also um Aktivierungsmethoden von Jugendlichen für Jugendliche zu gestalten.

Serienchallenges sind im Wesentlichen Projekte, die in mehrere Einzelaufgaben gegliedert sind. Es wird empfohlen, mit Gruppen zu arbeiten, die sich bereits kennen, da ansonsten die Einstiegshürde zu hoch sein könnte, sich darauf einzulassen, mit Fremden längere Zeit zusammenzuarbeiten. Einander unbekannte Jugendliche könnten aber zuvor im Rahmen einer Einmalchallenge die Zusammenarbeit erproben und danach zu einem längeren Projekt motiviert werden.

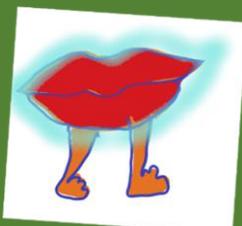
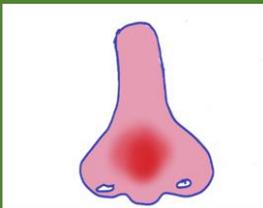
Bei Serienchallenges sollte das konkrete Ziel gut kommuniziert werden und bei den einzelnen Challenges sollten sich dann Inputs mit Informationsschwerpunkten und Methoden (+ kleine Aufgaben dazu) mit Phasen selbständig organisierter Arbeit (je nach Alter mit mehr oder weniger unterstützendem Material) abwechseln.



Comics

Eigentlich ist ganz einfach.
Du überlegst dir:

1. Welche Figur(en) deine HELD:INNEN sind
2. Was du mitteilen möchtest
3. Wie viele Bilder/Szenen du machen möchtest
4. Die Reihenfolge der Szene/Bilder



Mit Comics kannst du Geschichten mit Bildern und Kurztexten erzählen.

Im Mittelpunkt der Geschichte muss kein Gesicht, kein Mensch und auch kein Tier sein. ABER es soll etwas ausgedrückt werden! Hier finden sich Beispiele, in denen die Sinnesorgane im Vordergrund stehen.

Tipp: Es geht darum, dass du und andere es lustig finden! Aber Humor ist unterschiedlich.

Das Ohr kann beispielsweise sagen:

Ich glaube ich höre nicht richtig
Tempo 100 auf der Autobahn?

Die Nase:

Das stinkt zum Himmel ...

Ich rieche Ärger ...

Ich rieche Veränderung ...



Das Auge:

Ich seh, ich seh was du nicht siehst ...

Ich laufe sehenden Auges in



Der Mund:

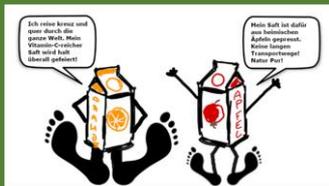
Nimm den Mund nicht zu voll ...

Lass dich küssen ...

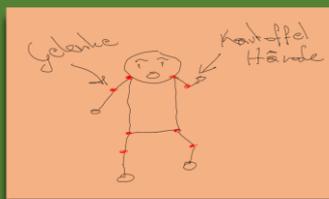
Jetzt bist du dran! Mach deine Story!

Comic

Ob Gesicht, Person, oder Fantasiefigur. Wichtig ist was sie tun oder sagen.



Einfache Bewegung mit Gelenken darstellen



Sprechblasen:

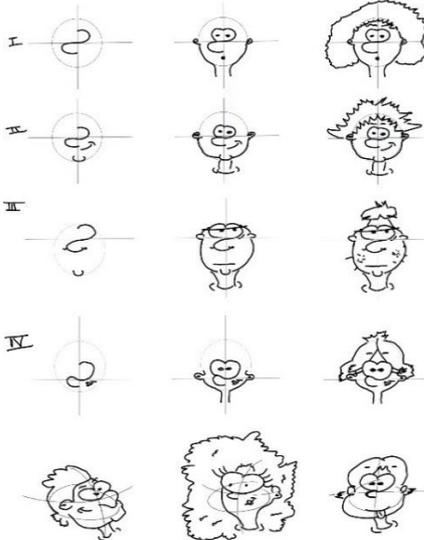


Beispiele wie ein Comic Gesicht entstehen kann findest du nachstehend. Augen, Wimpern, Nase und Mund, Haare – und was sagt die Person?

Comic Gesichter



AUGEN, NASE, MUND, OHREN, KINN, HALS, HAARE UND AUGENBRAUEN



Mach es besser! Versuche es auf deine Art!

T-Shirts mit Slogans +Bilder

Wie schaut ein T-Shirt mit deinem Statement zu umweltfreundlicher Mobilität aus?



T-Shirts, die kreativ Bild und Text kombinieren, transportieren Ideen und Überzeugungen.

Natürlich können mit denselben Möglichkeiten auch Taschen, Textilbilder oder Schals hergestellt werden.

5 wichtige Schritte:

- ❖ Arbeitsauftrag und Anliegen definieren
- ❖ Sprüche/Slogans suchen oder ausdenken
- ❖ Bilder suchen und auswählen
- ❖ Bild & Text kombinieren
- ❖ Drucken und Anziehen

Wie die Botschaft am besten vermitteln?

Die Botschaft soll mit einem Bild/Bildern untermauert werden. Diese Methode ist eher eine Einzelarbeit, die zu einem Thema durchgeführt werden kann.

Themen, die von Jugendseite noch wenig bekannt sind, finden sich im Anhang.

Wichtige Schritte:

Das kann sowohl physisch als auch digital umgesetzt werden. Beispielsweise im Miro oder Mural (siehe Linkliste im Anhang), gibt es die Möglichkeit eine digitale Version umzusetzen, die auf ein T-Shirt gedruckt werden kann. So lassen sich u.a. Serien zum Radfahren oder ÖFFI Fahren produzieren, die Aufforderungscharakter für andere haben.

Tipp:

Im Miro (siehe Materialienlinks im Anhang) gibt es einen „Iconfinder“ mit dem Piktogramme zu Stichwörtern angeboten werden

Im Word gibt es in der oberen Leiste die Auswahlmöglichkeit „Einfügen“ und danach „Piktogramme“.

Memes



Erstellung von Memes als „Meinungsstellvertreter“:

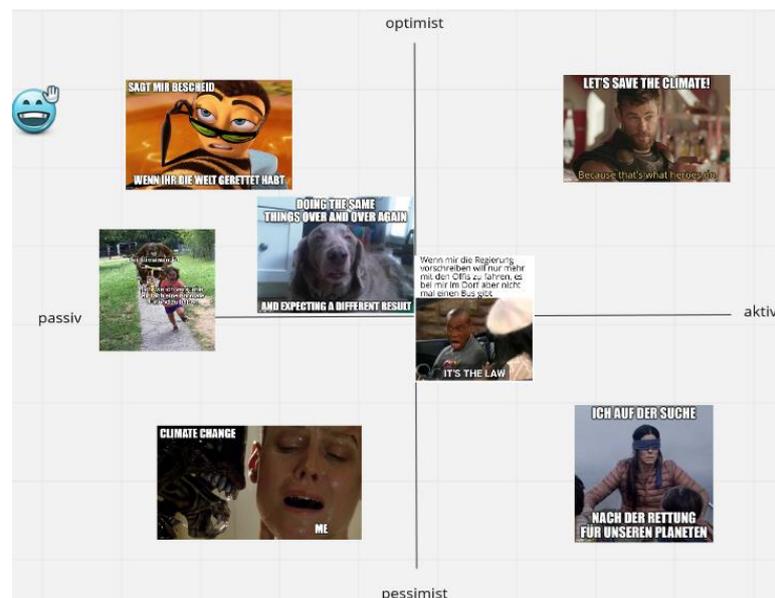
- Überlege dir, welche Gefühls- bzw. Meinungspalette du abdecken möchtest.
- Such dir mit einem Meme-Generator passende Bilder für jedes dieser Gefühle, z.B. aus Filmen, Serien oder Games, die relativ gut bekannt sind.
- Halte die Texte möglichst kurz
- Je witziger oder auch je sarkastischer in Kombination mit dem Bild, desto besser.



Zur Auflockerung, beispielsweise beim Kennenlernen, können Memes eingesetzt werden, die eine besondere Ausdruckform darstellen, indem Bilder (oft aus Filmen oder anderen bekannten Szenen) geteilt und mit immer anderen Texten (oder veränderten Bildteilen) versehen werden, die den ursprünglichen Kontext auf witzige Art verändern.

Memes durchlaufen so wie andere Aspekte der Kultur auch Modeströmungen, oft sind ganz bestimmte Bilder gerade besonders beliebt, aber es gibt auch zeitlose Klassiker. Mit online Meme-Generatoren kann man aus einer großen Auswahl von Bildern wählen, Memes vorbereiten oder selbst erstellen lassen: <https://imgflip.com/memegenerator/27596988/Free>

Die Memes können dann beispielsweise dafür eingesetzt werden, um Gefühle oder Meinungen auszudrücken, ohne diese selbst formulieren zu müssen. Das ist vor allem für eher zurückhaltende Jugendliche eine gute Alternative.



Auch in der Kommunikation können Memes eine Kernbotschaft vermitteln und auf ein Thema einstimmen oder es auflockern.

Tipp:

Wenn du Memes einsetzen möchtest, setz dich zuvor zumindest einigermaßen mit der Memes-Kultur auseinander. Jugendliche merken sehr schnell, wenn man mit dem Phänomen nicht wirklich vertraut ist. Wenn man es aber authentisch einsetzen kann, ist es ein sehr nützliches Element.

Kurzvideos

3 Minuten Videos von und für junge Personen mit Arbeitsaufträgen

5 wichtige Schritte

1. Vorstellung der Darsteller:innen

2. Arbeitsauftrag

3. Einführung (Zweck, Thema)

4. Hintergrundwissen

5. Rahmenbedingungen

Kurzvideos

Die 5 Schritte im Detail:

Vorstellung der Darsteller:innen

Satzanfänge: Hallo, ich bin xxx (Name) , ich komme aus ..., ich mag ..., ich spiele ...,

Die Erklärung kann auch durch 2 Personen (im Idealfall geschlechterausgewogen bzw. divers) erfolgen.

Arbeitsauftrag: Satzanfänge: Heute ist folgendes zu tun. Heute machen wir ...

1. Vorstellung der Themenauswahl bei Mehrfachvorschlägen zur Auswahl

2. Methodenauswahl bei Mehrfachvorschlägen (VorgabenTikTok, Plakat, Comic, Memes etc.)

3. Aussage/Botschaft festlegen: Was wollt ihr ausdrücken? Schreibt in Stichwörtern auf, was die Aussage ist.

Abgrenzung: Was darf es nicht sein! (keine Beleidigung, kein Rassismus ...)

4. Wie wollt ihr es ausdrücken? Wer ist/sind die Hauptfiguren? Was sagen oder denken die? Was tun die? Wie handeln sie?

Einführung: Grund + Zweck

Satzanfänge: Wir möchten heute das Thema ... behandeln.

Worum geht es? Heute geht es um ... Heute dreht sich alles um

Begründung: Warum beschäftigen wir uns mit dem Thema?

(Gesellschaftsbezug, regionaler Bezug, Umweltbezug ...)

Satzanfänge: Es ist wichtig, dass ... Es betrifft uns alle, wenn ...

Hintergrundwissen

Fakten, Zusammenhänge, Wissenswertes mit Links zur Verfügung stellen

Satzanfänge: Spannend ist ...; Die Studie ... belegt, dass ...

Rahmenbedingungen:

Wer? Gruppenaufgabe oder Einzelaufgabe? Idealerweise Kleingruppen

Zeitraumen? (in Minuten, Stunden mit oder ohne Pause, Tagen und Enddatum)

Materialien? Materialien, die zur Verfügung gestellt werden (bspw. Bilder), Materialien, die zu verwenden sind (bspw. Fakten), Materialien, die selbst zu suchen sind.

Anreiz, Motivation mitzumachen? Wird das Ergebnis an jemanden weitergegeben, ausgestellt, auf der Gemeindeseite veröffentlicht, auf Social Media geteilt etc.?

Wirkungsüberprüfung



Beispiele für Wirkungsmessungen:

Haben wir Leute zum Radfahren motiviert?

- ➔ Zählt, ob mehr Räder vor der Schule geparkt sind.



Hat unser Kurzvideo die Leute zum Nachdenken gebracht?

- ➔ Schaut, wie oft es geteilt oder (noch besser) darüber diskutiert wird.



Hat unser Protestbrief an den Politiker etwas bewirkt?

- ➔ Erzählt den Medien von eurer Aktion. Die fragen dann bei ihm nach! 😊

Engagierte junge Menschen sind höchst kreativ und haben sehr viele Ideen. Aber nicht nur die Entwicklung und Ausarbeitung von Ideen macht ihnen Spaß, es ist ihnen auch wichtig, dass sie damit etwas bewirken können. In einer Welt, in der sie sich oft nicht ernst genommen fühlen, ist es ungeheuer wichtig, Aufmerksamkeit, Resonanz und Wirkung zu erzeugen – das ist sogar wichtiger, als eine monetäre Belohnung zu erhalten.

Bei Aktivitäten, die man mit Jugendlichen durchführen möchte, ist es daher wichtig, sich von Beginn an mit den Jugendlichen gemeinsam darüber Gedanken zu machen, welche Wirkung erreicht werden soll, damit die Kreativität in die richtige Richtung gelenkt wird.

Fragestellungen zur angestrebten **Wirkung**:

- Wer soll durch unsere Aktion was (anders) machen?
 - Eine bestimmte Gruppe soll anders denken?
 - Alle sollen auf etwas aufmerksam werden?
 - Eine Gruppe soll ihr Verhalten ändern? Wie?
- Wie erreichen wir diese Personen am besten, wie viele wollen wir erreichen?

Sobald auf diese Weise das Ziel und die erwartete Wirkung festgelegt wurde, können die Aktionen besser darauf ausgerichtet werden, wodurch sich die Erfolgswahrscheinlichkeit (und damit das positive Erlebnis) deutlich erhöht. Dazu gehört dann auch, die Wirkung zu überprüfen und zu lernen, was gut funktioniert und was weniger gut. Darum ist es wesentlich, sich auch Mess-Methoden zu überlegen.

Fragestellungen zur **Wirkungsüberprüfung**:

- Wie kann die Wirkung gemessen werden?
 - z.B. bei digitalen Aktionen: Anzahl von Klicks, Likes, Videoaufrufen, Kommentaren, Shares, etc.
 - z.B. bei Sensibilisierungsaktionen: Vorher/Nachher Befragung
 - z.B. bei gewünschten Verhaltensänderungen: Vorher/Nachher Beobachtungen
- Wie können wir sicher sein, dass unsere Aktion das ausgelöst hat (und nicht etwas anderes)?

Nicht zuletzt sollten Erfolge und Learnings in jedem Fall **gebührend gewürdigt** werden! Wichtiger als ein größerer oder kleinerer Erfolg ist nämlich, dass so viel wie möglich passiert und versucht wird. Weil es nämlich uns alle braucht!

Diese **Anerkennung** ist daher enorm bedeutend.

Kombinationen



5. Schritte:

1. Themen mitbestimmen
und ein Team bilden

2. Konkretes Vorhaben
ausdenken

3. Konzeptablauf planen

4. Vorhaben umsetzen

und teilen

Erfolg klären

5. Feedback einholen

Unser Vorhaben ist
erfolgreich, wenn

Alle zuvor behandelten Möglichkeiten können in der Jugendarbeit eingesetzt werden. Wichtig ist das Thema akzeptiert wird. Ein Kurzvideo von Jungen für Junge ist eine hilfreiche Unterstützung. Vielleicht findet sich ein Kernteam, das diese Einführung dreht.

Wie kann die Gruppe die Themen mitbestimmen?

In Folge können Eingrenzungen zum Thema auf Kärtchen gesammelt werden, die den TNinnen wichtig sind (bspw. Radabstellanlagen, Radtauschbörse, Rad-Reparatur Workshop, Gefährdungspunkte sammeln etc. Zu den wichtigsten Themen werden Gruppen gebildet. Das erhöht die Bereitschaft sich zu beteiligen.

Welches Vorhaben ist realistisch?

Ein konkretes Vorhaben bspw. Botschaft, Aktion, Forderung schafft Dynamik. Was könntet ihr anbieten, organisieren, machen? Lieber kleine Vorhaben starten, als das Vorhaben nicht zu Ende zu bringen.

Wie es gehen kann - Konzeptablauf

Bestimmt gemeinsam wer was tun kann und achtet darauf, dass alle eine Verantwortung/Aufgabe haben. Überlegt einzelne Schritte die zu setzen sind.

Vorhaben umsetzen

Wählt eure bevorzugte Methoden, um andere auf euer Vorhaben oder Anliegen aufmerksam zu machen:

- TikTok
- Social Media Post
- Memes
- Comic mit Bildern
- T-Shirt
- Anderes

Feedback einholen

- Sammelt die Reaktionen auf euer Vorhaben und zieht Bilanz.

Tipp:

Definiert für euch vor der Umsetzung, wann das Vorhaben erfolgreich ist!

Beispiele:

dude, gib dir das!

wat?

nicht einmal im kompletten lockdown sind im verkehr die klimaziele erreicht worden!



heißt das auch wenn wir nie wieder aus dem haus gehen, schaffen wir es trotzdem nicht?

nah, im lockdown waren ja trotzdem noch etliche beruflich unterwegs... aber wir werden das meiste in der nähe und am besten zu fuß machen müssen, anstatt durch die gegend zu fahren

hm, in meine Schule müsst ich aber ganz schön weit latschen... no way bro

vielleicht Hälfte der Zeit homeschooling?

haha, das findet meine mom aber sicher nicht so chillig...

alter!



vielleicht führen sie dann ja wieder internate ein, wie hogwarts! mein onkel war in einem, der erzählt die wierdesten storys davon... ich wär dabei!

Anhang: Kommunikation

Wenn man junge Menschen aktiv in diverse Ansätze einbinden möchte und ihnen bspw. Anleitungen oder Informationen für Aktivitäten übermitteln möchte, ist es besonders wichtig, sich möglichst kurz zu halten.

Jugendliche leben in einem stetigen Strom von Informationen, denen sie in der Schule, in den sozialen Medien usw. ausgesetzt sind. Sie sind es gewöhnt, schnell Inhalte durchzuscrollen und das für sie interessante herauszufiltern – zu lange, komplizierte und auch zu sachliche Inhalte erreichen dabei schwer Aufmerksamkeit.

Die Kommunikation mit ihnen sollte sich daher an diese Gewohnheiten anpassen:

- 1) Überlege dir gut, was du vermitteln möchtest – was ist der Kerninhalt, welche Informationen sind wichtig, welche wünschenswert, aber nicht so wichtig.
- 2) Halte die Texte / die Sprache generell kurz und unkompliziert, aber verwende keine „Jugendwörter“, wenn du das nicht gewöhnt bist.
- 3) Verknüpfe die Informationen zu Beginn idealerweise mit einem emotionalen Fakt, der für die Angesprochenen als Gruppe wichtig ist.
- 4) Wenn du Fakten erläuterst, vermeide zu abstrakte Beschreibungen, sondern biete sie am besten in eine Geschichte, die auch in der Lebenswelt der Angesprochenen relevant ist. Das heißt: „übersetze“ Zahlen und Fakten in „für euch heißt das konkret z.B. ...“
- 5) Wenn du viele Informationen kommunizieren möchtest, gliedere sie in mehrere logische Abschnitte und kommuniziere sie besser nacheinander als Serie als alle auf einmal.
- 6) Gestalte komplexere oder längere Inhalte in Form eines Gesprächs mit Fragen und Antworten.
- 7) Versuch nicht unbedingt alles zu kommunizieren. Beschränke dich lieber auf das Wesentliche und biete aber immer Möglichkeiten zum Nachfragen und zum Nachforschen an (Kontaktinfos und/oder Links).

Materialienlinks

Arbeitsplattformen

www.miro.com

www.mural.co

Workshopbeispiele

<https://www.youthcodes.at/?p=846>

<https://www.youthcodes.at/?p=858>

Kostenlose & lizenzfreie¹ Bilder (CCO):

- <https://pixabay.com/>
- <https://unsplash.com/>
- <https://www.pexels.com/de-de/freie-und-kostenlose-bilder-finden/>

Materialienlinks:

VCÖ Grafiken zu Umwelt & Mobilität:

- <https://www.vcoe.at/grafiken>

Bundesministerium für Klimaschutz

- https://www.bmk.gv.at/themen/mobilitaet/alternative_verkehrskonzepte.html
- <https://www.bmk.gv.at/themen/energie/energieversorgung/biomasse/alternative-kraftstoffe.html>
- https://www.bmk.gv.at/themen/mobilitaet/fuss_radverkehr.html
- https://www.bmk.gv.at/themen/mobilitaet/fuss_radverkehr/oesterreich-radelt.html
- <https://www.bmk.gv.at/themen/mobilitaet/klimaaktiv-mobil.html>
- https://www.bmk.gv.at/themen/klima_umwelt.html

Arbeiterkammer Wien

- <https://wien.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/umweltundverkehr/index.html>
- <https://wien.arbeiterkammer.at/service/studien/VerkehrundInfrastruktur/index.html>

Umweltbundesamt

- <https://www.umweltbundesamt.at/mobilitaet>

Jugendportal

- <https://www.jugendportal.at/themen/gesellschaft-umwelt/umwelt>
- <https://www.saferinternet.at/>

¹ Hinweis: immer vorab die Lizenzvereinbarungen durchlesen und auf den Hinweis CCO achten -> diese sind weltweit ohne rechtliche Konsequenz nutzbar – keine Gewähr auf Vollständigkeit und Richtigkeit!

- <https://www.saferinternet.at/privatsphaere-leitfaeden/>

Radfahren:

- <https://www.oeamtc.at/thema/fahrrad/>
- <https://www.radlobby.at/>
- <https://www.radlobby.at/foerderungen-fuer-transportraeder>
- <https://infothek.bmk.gv.at/tag/radfahrstudie/>
- <https://www.fahrradwien.at/>
- <https://www.mobilitaetsagentur.at/>

FH Joanneum

- <https://www.dienetzwerkerinnen.at/onlinelernvergnuegen/infos-onlinelernvergnuegen/woche-3-lernvergnuegen/woche-3-bild-text/>
- <https://www.dienetzwerkerinnen.at/blog/2020/08/06/the-power-of-comics/>
- <https://www.dienetzwerkerinnen.at/blog/2022/02/10/zaubern-mit-miro/>
- <https://www.dienetzwerkerinnen.at/blog/category/didaktischekleinigkeiten/>

Materialien zum Ausdrucken

Kommentiere die 6 Bilder.

Welchen Zusammenhang siehst du mit der Umwelt- und Verkehrsbelastung.

Was bedeuten die Bilder für dich! Welcher (andere) Text passt dazu?

1



2



3



4



5



6



Finde oder zeichne Bilder zu den Slogans:

Du kannst die Slogans auswählen, verändern oder eigene Sprüche machen!

- Freizeitfreuden statt Klimaleiden
 - Wer Hirn hat, fährt Scooter in der Stadt
 - Wer Hirn hat, chillt in der Stadt
 - Wer Hirn hat, fährt Rad in der Stadt
 - Autos, die sausen, sollen sich brausen
 - Täglich im Stau – ist ziemlich mau
 - Veränderungslust statt Klimafrust
 - Parkplätze zum Chillen - lass uns dort grillen
 - Platz da – du störst beim Chillen!
 - Geht's noch? Geh doch!
 - Zügig unterwegs
 - Zug um Zug mit dem Zug
 - Bringen wir die Politik unter ZUGzwang
 - Schritt für Schritt zu
 - Mehr Radl + weniger Wurstradl
 - Bahnbrechend: Rad am Zug
 - Flieg nicht auf
 - Rettet die Radler:innen
- ✓ Schnell = laut
 - ✓ Faire Platzverteilung in der Stadt?
 - ✓ Dahinbrausende Autos neben schmalen Geh und Radwegen sind ...
 - ✓ Wien hat 190 Wohnstraßen. Mehr Raum für uns
 - ✓ Wohnstraßen für alle, die draußen chillen wollen
 - ✓ Ausgeträumt?
 - ✓ Ja, ich bin spät - aber für's Klima just in time

Ergänze den Satz und finde oder zeichne Bilder

- ✓ Glücklich zu Fuß, glücklich ...
- ✓ Breite Gehsteige und Radwege sind
- ✓ ÖFFI fahren ist cool, weil ...
- ✓ Weniger oft Auto fahren ist auch ein Lösung, weil ...
- ✓ Einen autofreien Tag pro Woche gab es schon einmal und das finde ich
- ✓ Tempo 100 auf Autobahnen ist für die Umwelt gut aber ...
- ✓ Tempo 30 in der Stadt ist wichtig für ...
- ✓ Er Hirn hat, fährt

Bilderbeispiele

Welchen Text würdest du schreiben?

Verkehr(t)?

- Versiegelung von Flächen
- Verbaut
- Verstaut
- Verrückt

ÄNDERN? Aber wie?

- ?
- ?
- ?





WARENTRANSPORT mit LKW

- Wir kaufen – LKW's liefern
- (Umwelt)schäden durch LKW's
- Alternativen?
 - Regional kaufen
 - Weniger kaufen, mehr tauschen/sharen
 - ?
 - Anders anliefern? (wie: Bahn, Schiff, Radboten...)
 - ?





Lastenrad

Textmöglichkeiten:

- ❖ Ich werde ohne Sprit geliefert
- ❖ Tritt in die Pedale – du hast mich verdient
- ❖ Ich bin gut unterwegs

Jetzt du:

- ❖ ?
- ❖ ?
- ❖ ?





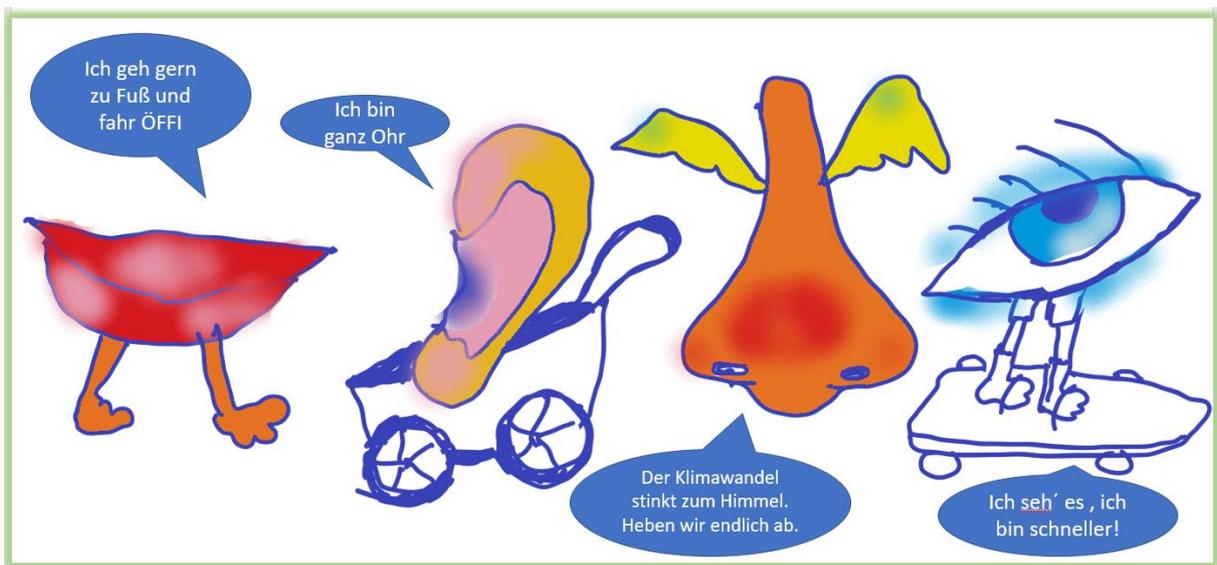
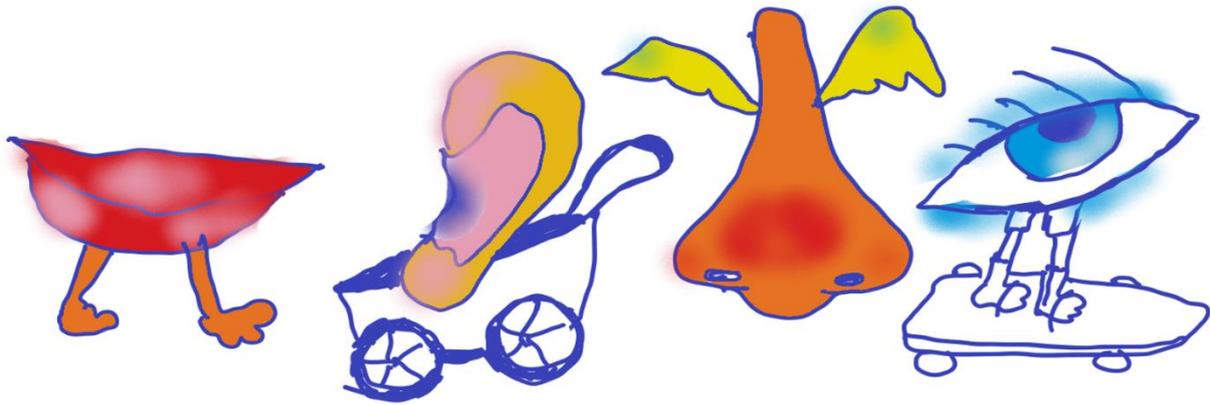


**Wo kommst du her?
Wie fährst du hin?**

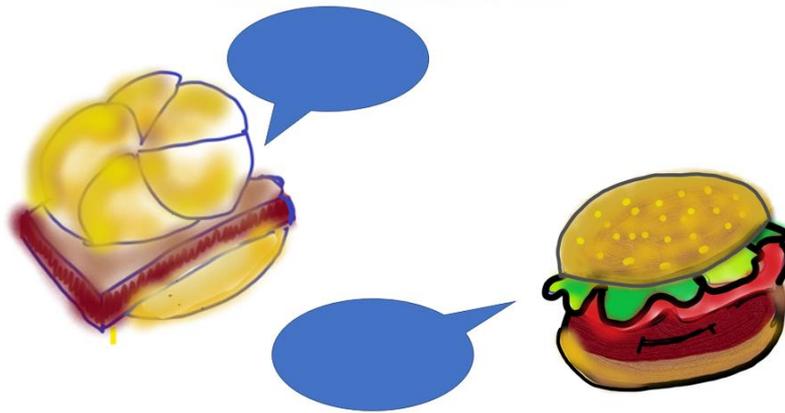


Klimaneutral unterwegs?





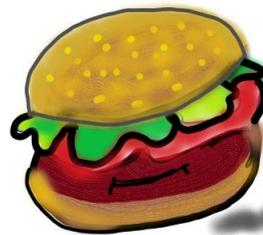
Wo komm´ ich her?



Wo komm´ ich her?



*Ich schmecke
super
und ich bin
regional*



*Ich
bin
weit gereist
mit dem
LKW*



Kontaktdaten

Projektleitung:

Research & Data Competence OG

Frau Mag.^a Susanne Wolf-Eberl

@: s.wolf-eberl@rdc.co.at

M: +43 664 4240438

<https://rdc.co.at/>



AIT Austrian Institute of Technology GmbH

Frau DI Dr. Alexandra Millonig

@: alexandra.millonig@ait.ac.at

M: +43 664 8251290

www.ait.ac.at



tbw research GesmbH

Frau Claudia Sempoch, Bakk

@: c.sempoch@tbwresearch.org

M: +43 699 10763318

www.tbwresearch.org

