Ausgabe 1/2018

SCHNUFFI NEWS

Zeitung der
KOLPING JUGEND
Diözesanverband Bamberg

Special

Kommunikation in der Jugendarbeit – Smartphones, Flashmobs und Teambuilding

“These are exciting times for youth organizations; we can all sense that we are at the beginning of a new era. If you widen your horizon, you may gain real insight that we have to go beyond what we have been trained to see.”

Gregor Federhen,
Kolping International

“Many youngsters come in an organization, get involved in youth activities and projects for higher purposes. To get knowledge, to understand how the world works, for better education, in the search of personal sense or to be able to discover and develop their own potential.”

Ana-Maria Andronic,
Kolping Rumänien

“Show how to make a difference – young people are engaged in projects and processes that can make a difference in the real world!”

Magdalena Szczudlo,
Kolping Polen

Liebe **Leserinnen** und **Leser!**

Grundlage für gute Jugendarbeit ist gute Kommunikation – mit den Mitgliedern unserer Kolpingjugend vor Ort, innerhalb der Jugendleiter-Runde, aber auch mit der Öffentlichkeit. Wir alle wissen aus eigener Erfahrung, dass Kommunikation ein Schlüssel ist, der über den Erfolg oder Misserfolg von Projekten und Veranstaltungen entscheiden kann.
In den letzten zwei Jahren haben wir in einem internationalen Projekt viel über Kommunikation gelernt und Erfahrungen mit Jugendlichen und Jugendreferent*innen aus anderen Ländern ausgetauscht. Durch diese Sonderausgabe der Schnuffi News bekommst auch Du einen Einblick in die verschiedenen Aspekte des Themas.
Auf den nächsten Seiten geben wir Dir zuerst einen Überblick über das Projekt „Smart Communication. Smart Youth Participation“, das über das Erasmus+ Programm der Europäischen Union gefördert wurde (S. 4 – 5) - bevor

Du in einem Interview mehr darüber erfährst, wie es ist an internationalen Workshops wie in diesem Projekt teilzunehmen (S. 6 – 7).
Im Anschluss präsentieren wir Dir in verschiedenen Artikeln die zentralen Inhalte der Workshops des Multiplikatoren-Events des Projekts, das im Rahmen unserer Diözesankonferenz stattgefunden hat (S. 8 – 13). Außerdem kannst Du in Praxisbeispielen aus Rumänien, Slowenien und Polen sowie von Kolping International nachlesen, wie unsere Projektpartner gute Kommunikation in ihrem jeweiligen Land umsetzen (S. 14 – 21).
Falls Du nach der Lektüre der Schnuffi News mehr über Kommunikation in der Jugendarbeit erfahren willst, können wir Dir das englischsprachige Manual des Projekts empfehlen (S. 22), aus dem übrigens auch die Zitate auf der ersten und letzten Seite entnommen sind.
Wir wünschen Dir im Namen der gesamten AG International viel Spaß beim Lesen und hoffen, Du bekommst interessante Ideen für die Jugendarbeit vor Ort!

Johanna Gärtner, Natascha Künkler, Sebastian Höhn & Sven Messing

happykanppy // shutterstock.com

Workshop Rumänien

happykanppy // shutterstock.com

Smart communication.
Smart youth participation

Das Projekt bestand aus vier Workshops, sodass jeweils einer in jedem der am Projekt beteiligten Länder ausgerichtet werden konnte. Deutschland wurde in diesem Projekt durch Kolping International vertreten, das mit der Kolpingjugend DV Bamberg kooperierte. Kolping International bildet ein weltweites Netz der rund 400.000 Kolping-Mitglieder in mehr als 60 Ländern.

Internationale Kommunikation (Deutschland)

Im Oktober 2016 fand in Köln der erste Workshop statt. Ein Social-Media-Experte referierte über die Nutzung digitaler Medien durch Verbände, Patrycja Kwapik stellte die Kommunikation der Kolpingjugend Europa dar und Gregor Federhen die Arbeit von Kolping International. Als Beispiel guter Praxis lernten die Teilnehmenden u.a. auch unser Projekt „Total sozial“ kennen, das mit dem deutschlandweiten Kolpingjugendpreis 2016 ausgezeichnet wurde (siehe Schnuffi-News 2016-2).

Workshop Köln

Nationale Kommunikation (Rumänien)

Der Workshop im März 2017 fand in Brasov statt, wo es insbesondere um die Entwicklung einer nationalen Kommunikationsstrategie für Jugendverbände ging – von der Definition der Zielgruppe über die Qualität verschiedener Kommunikationskanäle bis hin zur Definition des eigenen Profils als Jugendverband. Ein Ausflug führte die Teilnehmenden darüber hinaus zum Dracula-Schloss Bran.

Interne Kommunikation (Slowenien)

Im Juni 2017 lernten die Teilnehmenden des Workshops die slowenische Hauptstadt Ljubljana kennen. Motivation und Teambuilding waren die zentralen Themen des Workshops, sodass sich die Gruppe u.a. mit den folgenden Fragen auseinandersetzte: Was motiviert mich? Und wie kann ich andere motivieren (siehe Schnuffi-News 2017-2)?

Externe Kommunikation (Polen)

Der abschließende Workshop fand schließlich im Oktober 2017 in Krakau statt. Fundraising war das zentrale Thema: Was trägt zum Erfolg einer Fundraising-Kampagne bei? Was ist für die Öffentlichkeitsarbeit geeignet? Und welche Tools kann man beim Fundraising verwenden? Die Besichtigung der Krakauer Innenstadt und eine polnische Tanzstunde rundeten das Programm ab (siehe Schnuffi-News 2017-2). *(sm)*

INTERVIEW ZU DEN WORKSHOPS
Informativ – witzig – Freundschaften

Sebastian Höhn von der Kolpingjugend Ansbach nahm an drei der vier Workshops des Erasmus+ Projekts von Kolping International teil. Er berichtet über seine Motivation, seine Erfahrungen und seine Erlebnisse im folgenden Interview.

happykanppy // shutterstock.com

Was hat dich motiviert an den Workshops teilzunehmen?

Sven hat alle Ortsgruppen über die Workshopreihe und den ersten Workshop in Köln informiert. Zuerst war ich skeptisch, weil ich mir nicht so recht etwas darunter vorstellen konnte. Nachdem sich dann aber zum ersten Workshop in Köln eine Gruppe aus Bamberg zusammengefunden hat, war ich sehr motiviert die, für mich neue, Europaebene kennenzulernen. Zunächst war die größte Motivation eine gute Zeit mit den Leuten aus dem DV Bamberg zu verbringen und dabei eine coole Stadt zu sehen. Das Thema an sich fand ich spannend und war natürlich ebenfalls ein Grund für mich, mich anzumelden. Nach dem ersten Workshop war meine Motivation nicht mehr nur die Leute aus dem DV. Ich habe viele coole neue Leute aus anderen Ländern kennengelernt und wollte die natürlich gerne wiedersehen.

Auf welches Ereignis schaust Du am liebsten zurück?

Beim Workshop in Ljubljana ging es um das Thema Teambuilding. Mateja (Koordinatorin aus Slowenien) hatte für dieses Thema einen Ausflug organisiert. Wir fuhren in einem sehr kleinen Bus durch eine sehr kurvige Straße und kamen an einem Flugplatz an. Am liebsten erinnere ich mich an den Flug in der kleinen Sportmaschine. Anschließend hatten wir ein typisch slowenisches Barbecue und den sog. Interkulturellen Abend, für den jedes Land eine heimische Spezialität mitbringt. Es war super! Wir haben viel gelacht und Spaß gehabt.

Welche neuen Erkenntnisse hast du gewonnen?

Viele! Auf der einen Seite natürlich ganz viele Infos über die Workshopthemen, aber ich habe auch viel über die anderen Länder gelernt. Das besondere war, dass die Leute aus den Gastgeberländern einem „IHR“ Land gezeigt haben. Sie kannten spannende Geschichten und witzige Anekdoten. Die Workshopleiter waren alle spitze in Ihrem Fachgebiet. Man merkte die haben etwas drauf und reden kein Zeug, das man nicht anwenden kann. Kleinigkeiten konnte man sofort anwenden und das machte es besonders praxisnah.

Welche Erkenntnisse nimmst Du in Bezug auf die Kolpingjugend mit?

Die Kolpingatmosphäre ist in ganz Europa gleich. Man geht offen und respektvoll miteinander um und trotz manchen Sprachbarrieren hat man zusammen sehr sehr viel Spaß.

Wenn Du die Workshops mit drei Wörtern beschreiben müsstest, welche wären das?

Drei Wörter reichen dafür nicht um das alles in Worte zu fassen. Aber ich versuche es mal:

Informativ – Witzig – Freundschaften

Hast Du noch Kontakt mit Leuten aus Europa, die ebenfalls an den Workshops teilgenommen haben?

Klar. Nicht täglich aber man hat Kontakt. Man plant immer wieder sich gegenseitig zu besuchen, was sich aber als eher schwierig herausgestellt hat. Im November planen wir mal wieder einen Besuch! Hoffentlich klappt es diesmal, mich würde es sehr freuen!

Würdest Du wieder teilnehmen?

Sowas von! Der Rahmen, der dank der Förderung durch das Erasmus+-Programm gegeben war, machte es super einfach für uns. Inzwischen hängen Freundschaften dran, sodass ich sehr gerne wieder dabei wäre um meine Freunde wiederzusehen, aber natürlich auch um weiteren Input zu bekommen. Auf jeden Fall JA!

(nk, sh)

APP-TIPPS

Smartphones – und wie man sie in der Jugendarbeit nutzen kann

happykanppy // shutterstock.com

Heutzutage ist der Umgang mit den neuen Medien unumgänglich und alltäglich. Das erste Handy gibt es zur Einschulung oder teilweise schon im Kindergarten. Gleichzeitig steht häufig die Frage im Raum, ob das wirklich eine gute Entscheidung ist. Immer wieder hört man Berichte und Diskussionen wie gefährlich der Umgang mit dem Smartphone für Heranwachsende ist und dabei dreht es sich häufig um das „Suchtpotential“. Doch wie bei so vielen Dingen heißt es: Die Dosis macht das Gift!

Andererseits bietet das Smartphone nämlich auch viele nützliche Dinge, die einem das Leben erleichtern sollen. Die Medienpädagogik beschäftigt sich seit längerer Zeit mit der Thematik, wie man sich moderne Medien zunutze machen kann, damit pädagogische Aspekte in einer neuen Art und spannend an die Jugendlichen herangetragen werden können. Man hat die Möglichkeit durch zeitgemäße Methoden Inhalte darzustellen, die für Jugendliche eine wirkliche Rolle spielen, da sie in ihrem Alltag präsent sind, eine moderne Atmosphäre zu erstellen, in der das Lernen, Erleben, etc. einfach gemacht wird.

Während des Workshops auf der Diözesankonferenz beschäftigten sich die Teilnehmenden fast ausschließlich mit dem Smartphone und welche Möglichkeiten es gibt dieses sinnvoll in die Jugendarbeit zu integrieren. Zu Beginn wurden eigene Erfahrungen diskutiert: Wie habe ich bisher das Smartphone genutzt? Wie gehe ich mit der Nutzung vom Smartphone in Gruppenstunden, etc. um? Welche Medien und wie habe ich sie bisher in der Jugendarbeit genutzt? Außerdem ging es um die „richtige“ Nutzung vom Smartphone und welche Aspekte man positiv verwenden könnte. Nach diesem kurzen theoretischen Teil ging es in die Praxis über. Verschiedenste Apps wurden getestet und besprochen.

Die meisten Angebote wurden mit Hilfe der GPS-Funktion des Smartphones ausgeführt, was die TeilnehmerInnen doch die meiste Zeit nach draußen führte und schnell wurde klar, diese Apps bzw. Spiele machen auch noch TeilnehmerInnen Mitte zwanzig Spaß. Es ging um Quizze, Schnitzeljagd, Geocaching, Fangen spielen, Zusammen ein Raumschiff bedienen, Fotos machen, Stop Motion Videos und das Erstellen von Zeichentrickfilmen. Egal ob es um Kommunikation, Sport, Geduld, Orientierung oder Geschicklichkeit ging, das Smartphone stand nie komplett im Mittelpunkt. Zwar war es immer dabei und relevant, aber deutlich wichtiger war die Gemeinschaft.

Das Smartphone fungiert mit Hilfe solcher Apps als Bindeglied zwischen materieller und virtueller Welt. Im Gegensatz zur Schule, etc. ist es nicht verboten, sondern sogar erwünscht. Und so werden gemeinschaftlich Spiele gespielt, die ohne Smartphone möglich, aber nur in einer Gruppe zu bewältigen sind.

Alle Apps gibt es auf unserer Internetseite beim Diözesankonferenzbeitrag zum Download: https://bit.ly/2JyFOkk *(pk)*

TEAM_ERLEBEN:
erlebnispädagogisches Teambuilding

happykanppy // shutterstock.com

Erleben ist eine der alltäglichsten und einfachsten Lernformen, die es gibt. Von klein auf lernen wir dadurch, dass wir Dinge ausprobieren und je nachdem, ob wir den Sandkuchen aus dem Sandkasten oder den aus dem heimischen Backofen probieren, kommen wir zu dem Schluss der eine schmeckt, der andere eben nicht so. Dieses ständige Erleben und Ausprobieren geht aber oft schnell verloren und genau hier setzt die Erlebnispädagogik wieder an. Die Erlebnispädagogik möchte Menschen wieder in neue Situationen versetzen, in denen sie unbekannten Aufgaben und Herausforderungen begegnen, an diesen lernen und schließlich Konsequenzen für alltägliche Situationen ziehen können. Am besten funktioniert dies natürlich in Gruppen und noch besser in Teams, die sich gemeinsam einer Aufgabe annehmen wollen.

Beim erlebnispädagogischen Teambuilding geht es also darum, die Ressourcen der Einzelpersonen wahrzunehmen, mit allen Sinnen Erfahrungen zu sammeln, in eigener Verantwortung und Eigenregie die gestellten Aufgaben gemeinsam zu lösen und das alles in einem Lernraum, der im Idealfall ein Ort der Ruhe ist und vor allem Abstand zum Alltag gewährt.

Und genau diese Erfahrungen konnten die Teilnehmenden des TEAM_erleben Work-

shops an der Diözesankonferenz hautnah erleben. Was ist eigentlich Erlebnispädagogik? Wie läuft Teambuilding ab, welche Phasen werden durchlaufen? Welche Rolle und Aufgaben habe ich als Leitung in erlebnispädagogischen Settings? Warum und Wie funktioniert gute Reflektion? Mit diesen Fragen konnten sich die Teilnehmer*innen in den kurzen Theorieeinheiten befassen, während im praktischen Teil direkt richtiges Teamwork gefragt war. In verschiedenen mehr oder weniger anspruchsvollen Methoden konnten sich die Teilnehmer*innen selbst ausprobieren, Vertrauen ineinander aufbauen und manchmal sogar bei Aufgaben auch mal an ihre Grenzen stoßen. Wer hätte gedacht, dass es so schwierig sein kann, als Menschen-Seil-Kette einen Knoten und eine Schleife um einen Baum zu binden? Oder die blinden Teammitglieder mit Tierlauten in die richtige Richtung zu leiten? Dabei wurde allen klar, dass Kommunikation im Team manchmal viel mehr als nur Worte ist und dass die leichtesten Aufgaben manchmal nur mit vollem Einsatz aller Teammitglieder lösbar sind. Aber wir wollten natürlich nicht nur die Methoden ausprobieren, sondern sie auch gemeinsam reflektieren und besprechen. Dabei ging es unter anderem darum, den Anspruch an die Teilnehmer*innen zu bewerten und herauszufinden wie, wo und wann diese Methoden im Jugendarbeits-Alltag einsetzbar sind.

Die Mischung aus Theorie, Praxis und ganz viel Spaß an diesem Nachmittag sollten die Vielfältigkeit und Wirkungskraft von erlebnispädagogischen Methoden zeigen aber eben auch, dass es nicht gleich immer einen Hochseilgarten braucht um neue Erfahrungen zu machen.

Vielen Dank an unsere Teilnehmenden, die mit so viel Elan dabei waren, die gesungen, sich ver- und entknotet sowie mitdiskutiert haben (nicht zu vergessen die, die reglos 15 Minuten beim Feuerholz lagen)!

Alle Methoden sowie den theoretischen Input gibt es auf unserer Internetseite zum Herunterladen (und natürlich ausprobieren):
https://bit.ly/2JyFOkk *(ea)*

Wie plane ich einen **Flashmob?**

happykanppy // shutterstock.com

Das Ziel: Einen Flashmob planen und ein Videotutorial dazu erstellen.
Die Durchführung: In einer Gruppe eine Ideenfindung anstoßen, Umsetzung planen. Videotutorial einstudieren und drehen.

Ablauf:

- Einführung ins Thema durch kurze Videos und der Definition, was einen Flashmob ausmacht.

Wichtig ist grundsätzlich Folgendes festzulegen:

- Ort und genauer Zeitpunkt des Ereignisses
- Soll ein Thema/ eine Message durch den Flashmob gezeigt werden?
- Welche Art von Flashmob soll durchgeführt werden?
- Wer soll an dem Flashmob teilnehmen und wie soll die Idee des Flashmobs verbreitet werden an die Teilnehmer*innen?

- Einstieg in die Ideenfindung: Dabei haben wir erst unsere Teilnehmer*innen gebeten, sich selbst darüber Gedanken zu machen, welche Art von Flashmob stattfinden soll und unter welchem Motto. Anschließend wurden immer wieder Gruppen gebildet, die ihre Ideen austauschen und sich auf eine gemeinsame Idee einigen, sodass am Ende einige Grundideen entstanden, über die abgestimmt werden konnte.

- Unsere Idee: einen Flashmob bei der anstehenden Großaktion (Sternenklar) stattfinden zu lassen. Das Motto des Flashmobs soll an eines der Themen der Großaktion angelehnt werden. Es entstand der Slogan: „Gesellschaft braucht Zusammenhalt!“. Außerdem war uns wichtig, dass alle Teilnehmer*innen der Großaktion eingebunden werden.
- Erstellen eines Videotutorials: Da wir den Flashmob bei einer Großaktion mit vielen Menschen durchführen wollen, benötigen wir eine Möglichkeit, alle über den Flashmob zu informieren. Dazu erstellten wir ein Videotutorial, das später verbreitet werden sollte und alle über den Ablauf und den Hintergrund unseres Flashmobs informiert. Unterstützung erhielten wir dabei vom selbstständigen Kameramann Kari Hennig, der auch immer wieder Workshops für die Jugendarbeit gibt. Von ihm bekamen wir zum einen Tipps zum Videodreh, zum anderen hat er mit uns im Anschluss auch unser Videotutorial gedreht, damit wir unsere Idee nun verbreiten können.

Das Ergebnis könnt ihr unter folgendem Link sehen: **https://youtu.be/HlENVR1rEOk**
Und noch wichtiger: Macht selbst bei dem Flashmob mit und seid dabei in Frankfurt wenn es heißt: „Gesellschaft braucht Zusammenhalt!“

Was ihr beachten solltet, wenn ihr so einen (ähnlichen) Workshop gestalten wollt:

- Lenkt die Gruppe bei der Ideenfindung und achtet darauf, dass alle eingebunden sind. Gleichzeitig solltet ihr auch beachten, die Überlegungen zur Durchführung, Umsetzung und Choreographie zu lenken oder mit Input voranzutreiben, um am Ende ein Ergebnis zu erhalten, das eine Umsetzung des Flashmobs ermöglicht.
- Das Videotutorial sollte eine gute Qualität haben, damit man es auch auf verschiedenen Wegen verbreiten kann und die Zielgruppe erreicht.

(jg)

happykanppy // shutterstock.com

KOLPING INTERNATIONAL
Entwicklung einer Kommunikationsstrategie

Was? Kommunikationsstrategie von Kolping International
Das Ziel Verbesserung der Kommunikation innerhalb des Verbands und mit der Öffentlichkeit
Die Zielgruppe Verantwortliche in Kolping – von Kolping International bis hin zu jeder Kolpingsfamilie

Die Kommunikationsstrategie von Kolping International wurde 2013 veröffentlicht und ist in zwei Teile gegliedert:

(1) Verbandsinterne Kommunikation: Ziele sind die Kommunikation aktueller Entwicklungen im Verband, die Erhöhung der Identifikation der Mitglieder mit dem Verband und die Stärkung des Gemeinschaftsgefühls der Mitglieder untereinander. Die Kommunikationsstrategie ist nach verschiedenen Bereichen des Verbandes – wie z.B. Kolpingjugend und Kolpingsfamilien – gegliedert und definiert konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Kommunikation.

(2) Externe Kommunikation: Ziele sind die Erhöhung der Bekanntheit von Kolping, die Etablierung von positiven Assoziationen mit Kolping und die Überzeugung der Öffentlichkeit von den Werten des Verbandes. Die Kommunikationsstrategie definiert vier Bereiche, die für Kolping International besonders wichtig sind: Politik, Gesellschaft, Kirche und Wirtschaft.

Was können wir davon lernen?

Die Kommunikationsstrategie von Kolping International kann als Vorlage für die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie von Kolpingjugenden oder Kolpingsfamilien dienen. Die folgenden Punkte sind dabei besonders wichtig:

- Identifiziert externe Organisationen, die für euch und für die Ziele, die ihr erreichen wollt, wichtig sind. Legt fest, auf welchen Wegen ihr mit diesen Organisationen kommunizieren wollt.
- Identifiziert Möglichkeiten, wie ihr persönlichen Kontakt zwischen euren Mitgliedern und Menschen, die an der Kolpingjugend interessiert sind, herstellen könnt.
- Identifiziert jugendgerechte Kommunikationskanäle und kommuniziert so, wie es attraktiv für junge Menschen ist.
- Nutzt die Synergieeffekte mit eurer Kolpingsfamilie und koordiniert eure Kommunikation.

(sm)

happykanppy // shutterstock.com

KOLPING RUMÄNIEN
Internationale Partnerschaften

Die Idee Workcamps von Kolping Rumänien mit der Kolpingjugend DV Limburg
Die Ziele (1) Umsetzung eines nachhaltigen Sozialprojekts mit Bezug zu Adolph Kolping (2) Entwicklung einer Gemeinschaft zwischen Jugendlichen aus verschiedenen Ländern
Die Zielgruppe Ca. 40 Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 16 und 30 Jahren

Als Adolph Kolping noch lebte, war unser Verband ein Gesellenverein. Kolping Rumänien will durch die Organisation von Workcamps die Geschichte unseres Verbandes mit den Bedürfnissen unserer Zeit verknüpfen. Die Workcamps werden jährlich wechselnd in Deutschland (DV Limburg) und Rumänien ausgerichtet.

Das bislang letzte Workcamp fand im Juli 2017 in Timisoara (Rumänien) statt. Gearbeitet wurde auf einer Baustelle auf einem Grundstück, auf dem Kolping Rumänien in den nächsten Jahren ein Gesellenhaus errichten will. Um Kolping in der Öffentlichkeit sichtbar zu machen, präsentierte die Gruppe an einem Tag ihre Arbeit im Stadtzentrum. Direkt daneben zogen die rumänischen Handwerksgesellen, die sie während dem Workcamp unterstützten, durch eine Schau-Werkstatt die Aufmerksamkeit der Fußgänger auf sich.

Was können wir davon lernen?

Einige Aspekte aus diesem Beispiel sind auch für andere Jugendevents relevant:

- Macht eure Arbeit sichtbar für die Öffentlichkeit.
- Verknüpft eure (Jugend-)Arbeit mit der Geschichte unseres Verbandes.
- Verschiedene Sprachen zu sprechen ist kein Hindernis, wenn man gemeinsam für das gleiche Ziel arbeitet.
- Ein Event wird attraktiv für junge Menschen, wenn diese sich mit anderen vernetzen können und das Gefühl haben, sich verwirklichen zu können. Ein vielfältiges Programm stellt sicher, dass die Bedürfnisse von allen berücksichtigt werden.

(sm)

happykanppy // shutterstock.com

KOLPING SLOWENIEN
Escape Room

Die Idee Vorbereitung eines eigenen Escape Room Games
Das Ziel Teambuilding
Die Zielgruppe Mitglieder/Engagierte deiner Jugendgruppe

Mit Kreativität und einem kleinen Vorbereitungsteam, könnt ihr euer eigenes Escape Room Game vorbereiten:

Notwendige Materialien Hauptschloss, ein Schriftsystem (z.B. Zeichensprache, Morse-Codes), eine Tafel oder ein Brett, Boxen, kleinere Schlösser, Schränke, Puzzle, ...
Notwendiger Platz Mindestens ein geschlossener Raum.
Gruppengröße 4 – 12 Personen pro Raum.
Spielzeit 60 Minuten (reine Spielzeit)

Bei der Vorbereitung eures Escape Room Game ist es wichtig, eine gute Story zu entwickeln. Die Spieler sollen in diese Story integriert werden – ein Rätsel, das sich während des Spiels weiterentwickelt und zum Schluss des Spiels gelöst werden kann. Überlegt euch, wie ihr die verschiedenen Schlösser, Boxen und die Möbel im Raum in das Spiel integrieren und Hinweise platzieren könnt (z.B. durch Zahlencodes oder ein Schriftsystem). Die Hinweise sollen nach und nach zur Lösung des Rätsels beitragen und zum Schlüssel für das Hauptschloss führen, der selbstverständlich so versteckt/verschlossen werden muss, dass er erst am Ende gefunden wird. Vergesst nicht, ein paar Fake-Hinweise zu verstecken, damit es die Gruppe nicht zu einfach hat. Wenn jeder Teilnehmende in das Spiel eingebunden ist, werden mehr Gelegenheiten für gemeinsames Lernen geschaffen. Da alle auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten, fällt nach dem Spiel viel Druck ab und es kann analysiert werden, wie man es geschafft hat, das Rätsel zu lösen (oder eben nicht). Obwohl es das Ziel des Spiels ist, innerhalb von 60 Minuten aus dem Raum zu entkommen, ist das nicht das Wichtigste. Am wichtigsten ist, es zu spielen!

Autorin des englischsprachigen Originaltexts: Mateja Savc (Kolping Slowenien)
(sm)

happykanppy // shutterstock.com Popartic // shutterstock.com

KOLPING POLEN
Wie erstelle ich einen viralen Film?

Die Idee Erstellung eines animierten Kurzfilms über Kolping

Die Ziele

(1) Steigerung der Bekanntheit von Kolping
(2) Präsentation des weltweiten Netzwerks von Kolping
(3) Motivation von Internetnutzern, sich über Kolping zu informieren, Mitglied zu werden und/oder neue Kolpingsfamilien zu gründen

Die Zielgruppe Nutzer von bestimmten Social-Media-Seiten und Webseiten

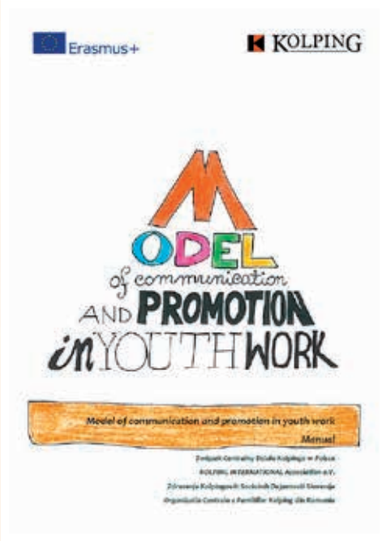
Animierte Kurzfilme sind vergleichsweise einfach zu erstellen. Sie können zum Beispiel in einem Workshop mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen vorbereitet werden: Von der Entwicklung einer zentralen Botschaft über die Idee für das Drehbuch bis hin zur Verbreitung des Kurzfilms über soziale Medien. Den Kurzfilm, den Kolping Polen erstellt hat, findet ihr unter diesem Link: **https://youtu.be/jBORoEiRSPQ**

Was können wir davon lernen?

- Wenn ihr selbst einen animierten Kurzfilm erstellen wollt, sind u.a. die folgenden Punkte wichtig:
- Formuliert eine Botschaft, die so interessant und faszinierend ist, dass sie andere Menschen anspricht und sie dazu motiviert, diese auf ihren Social-Media-Profilen zu teilen.
- Macht euch Gedanken über eure Zielgruppe und formuliert eure Botschaft so, dass sich diese davon angesprochen fühlt.
- Bringt eure Botschaft auf den Punkt.
- Denkt darüber nach, an was sich die Personen erinnern sollen, nachdem sie euer Video gesehen haben. Ihr könnt z.B. nicht alle Aktionen aus eurem Jahresprogramm vorstellen – je kürzer, umso besser. Der Film sollte nicht länger als drei Minuten dauern.
- Erregt Aufmerksamkeit, z.B. durch eine unerwartete Handlung.
- Weckt positive Emotionen und Gefühle bei den Zuschauern.
- Verwendet gute Hintergrundmusik, z.B. von Websiten, die kostenlose Musik unter einer Creative Commons Lizenz anbieten.
- Macht euren Kurzfilm viral. Erstellt ein Konzept, wie ihr den Film über eure Website, die sozialen Medien sowie eure Mitglieder, Fans und Follower verbreiten könnt.
- Ruft so viele Personen wie möglich dazu auf, euch zu unterstützen.

Autorin des englischsprachigen Originaltexts: Magdalena Szczudlo (Kolping Polen) *(sm)*

Wer mehr wissen will:
das Online-Manual



Du willst noch mehr über Kommunikation in der Jugendarbeit erfahren oder Projekte und Ideen aus anderen Ländern kennenlernen? Die Ergebnisse des Erasmus+ Projekts wurden in dem Online-Manual „Model of communication and promotion in youth work“ in Englisch zusammengestellt. Kapitel dieses Manuals sind:

- Herausforderungen für die Kommunikation in der gemeinnützigen Jugendarbeit
- Internationale Kommunikation in der Jugendarbeit
- Nationale Kommunikation in der Jugendarbeit
- Methoden für die interne Kommunikation
- Methoden für die externe Kommunikation

Die Kapitel verknüpfen theoretisches Hintergrundwissen mit praktischen Tipps und Best-Practice-Beispielen der beteiligten Kolpingjugenden aus den verschiedenen Ländern. Das Manual kann unter dem folgenden Link heruntergeladen werden: **https://bit.ly/2JyFOkk**

(sm)

happykanppy // shutterstock.com

“Knowledge about international communication is essential in youth work as an international profile makes an association more attractive for young people. By gathering international experience, young people can broaden their horizons, improve their language skills and increase their job perspectives.”

Sven Messing, Kolping Bamberg

“Internal communication is crucial for all members to share and practice unique organizational culture. Effective communication ensures that all members fully understand the organization, its values and purposes, what is expected of them to be able to achieve the goals and how to fully engage with their own roles. An engaged member feels valued by the organization.”

Melinda Sipos, Kolping Serbien

Impressum

Die Schnuffi-News der Kolpingjugend DV Bamberg

Anschrift
Kolpingjugend DV Bamberg
Ludwigstr. 25, 96052 Bamberg
Fon 0951/20 878-20
Fax 0951/20 878-12
info@kolpingjugend-bamberg.de
www.kolpingjugend-bamberg.de

Redaktion
Esther Altenpohl (ea), Johanna Gärtner (jg), Sebastian Höhn (sh), Philipp Kloos (pk), Natascha Künkler (nk), Sven Messing (sm)

Layout
kobold-layout.de
kobold layout initiative, Bamberg

Umschlagfoto: photos.com

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Zeitung der

KOLPING JUGEND
Diözesanverband Bamberg

sss

photos.com

www.kolpingjugend-bamberg.de