

Wahl der Pilotprojekte «Gegennarrativen und positive Alternativnarrativen», Stand: März 2018

Nr.	Nom du projet Name des Projekts	Porteurs de projet Projekttäger	Partenaires Partner	Durée Dauer	Groupe-cible et région linguistique Zielgruppe und Sprachregion	Type d'approche Ansatz	Mode de diffusion Verbreitung	Participation des jeunes Einbezug der Jugendlichen
1	#winfluence	Jugendinfo Winterthur Rafael Freuler, Geschäftsleiter Wartstrasse 5, 8403 Winterthur Tel: 052 511 29 90 rafael@jugendinfo.win (http://jugendinfo.win)	Projektsteuerung: - Kinder- und Jugendbeauftragte der Stadt Winterthur und Fachstelle Extremismus - Gewaltprävention (FSEG) Winterthur Fachliche und technische Begleitung: Vereine JASS und jugendarbeit.digital	Konzeption: 1.10.17 - 31.1.18 Umsetzung: 1.2.18 - 31.10.18	1. Skeptische, ablehnende Bevölkerung im Zusammenhang mit dem Nahen Osten, Flüchtlingen und dem Islam im Alter von 13 - 40 Jahren. 2. Angehörige zu folgenden Gruppen, welche Ablehnung erfahren: Musliminnen und Muslime, Flüchtlinge und Menschen aus dem Nahen Osten im Alter von 14 - 30 Jahre Deutschschweiz	Produktion von fünf kurzen unterhaltsamen Clips und Social Media-Kampagne. Die Jugendlichen treten anschliessend mit ihren Peers über Social Media in Kontakt und stehen ausserdem via Jugendapp auch anonym per Chat als Ansprechpartner zur Verfügung. Die konkreten Themen werden mit Jugendlichen entwickelt. Methodisch basiert das Projekt ausserdem auf dem Peer-to-Peer Ansatz zur informellen Bildung.	Peer to peer Netzwerk der Jugendlichen (digital und analog), den Social Media Kanälen der Jugendinfo Winterthur, von Jass, der Stadt Winterthur, der Jugendapp der Jugendinfo sowie weitere Multiplikatoren und Medienmitteilungen. Die Lebenswelt Internet mit ihren Möglichkeiten wird gezielt für die Verbeitung der Gegennarrative verwendet. Dabei werden einschlägige Gruppen und Seiten der Zielgruppen ausfindig gemacht und die Inhalte darin gezielt, auch mittels Werbemassnahmen auf Social Media, verbreitet.	Ungefähr zehn Jugendliche zwischen 16 und 22 setzten sich mit partizipativ entwickeltem thematischen Fokus intensiv mit der Entwicklung von Gegennarrativen zur extremistischen Propaganda und Hass im Internet auseinander.
2	#knowislam - Kurze Videos, Grosse Themen	Institut für interkulturelle Zusammenarbeit und Dialog Cebraïl Terlemez, Projektleiter Schaffhauserstr. 470, 8052 Zürich 078 748 58 48 cebraïl.terlemez@gmail.com	Qualifizierte und erfahrene Fachleute im technischen Bereich (Mediamatik, IT) sowie auf dem Gebiet Islam und Radikalisierung. Bei der Konzeptentwicklung: Feedbacks von bereits bestehenden Projekten (z.B. das Projekt „Begriffswelten Islam“ der Bundeszentrale für politische Bildung in Deutschland sowie das erfolgreiche Projekt „Datteltäter“, zu denen wir bereits Kontakte haben) Bei der Verbreitung der Inhalte: Zusammenarbeit mit den Moscheen, Jugendorganisationen und islamischen Dachverbänden.	Konzeption: Okt.2017 - Dez. 2017 Umsetzung: Jan. 2018 - Okt. 2018	Das Projekt richtet sich an Jugendliche zwischen 14 und 18 sowie für junge Erwachsene bis 25 Jahren. Zielgruppe der Videos und Bilder sind muslimische Jugendliche in der ganzen Schweiz. Primär werden die Jugendlichen mit Migrationshintergrund Balkan und Türkei angesprochen. Aber auch die arabischsprachige Minderheit unter den Muslimen in der Schweiz wird berücksichtigt. Deutschschweiz und Romandie	Bilder mit fesselnden Texten (80), kurze Videos (20), die inhaltlich und technisch auf Digital Natives zugeschnitten sind, werden für die Social-Media-Plattformen vorbereitet. In diesem Projekt werden alternative Narrative in Form von informativen Fakten und Erklärungen via Videos und Fotos auf Youtube, Facebook und Instagram geteilt. Statt lange Contents und komplexe Themenvideos werden islamische Begriffe und Alltagsfragen, die für jungen MuslimInnen relevant sind, erklärt und zur Reflexion angeregt.	Die Zielgruppe wird nicht nur Online geworben, sondern auch mit klassischer Werbung in Form von Mund-zu-Mund Propaganda, Flyeraktion in Moscheen, Kulturvereine und Migrant-Zeitungen wird Werbung gemacht. Das Projekt geht zu den Plattformen, wo sich die jungen Muslime auch tatsächlich aufhalten. Zielgruppe der Webvideos und Bilderformate sind junge MuslimInnen, die sich über politische und gesellschaftliche Zusammenhänge zunehmend über Social-Web-Plattformen und YouTube informieren. Daher bieten wir Informationen dort an, wo diese Zielgruppen mit ihnen in Berührung kommen können.	Es wird ein Brainstorming und Diskussionsgruppen von Jugendlichen zwischen 12 bis 18 und 18 bis 25, die ethnisch und geschlechtlich durchmisch sind, durchgeführt. Sie werden bei der Konzeptentwicklung sowie Evaluation einbezogen. Vor allem werden Jugendliche, die in den genannten Plattformen auch selber aktiv sind, bevorzugt.
3	#SwissMuslimStories	UMMAH (Muslimische Jugend Schweiz) Herr Adem Kujovic, Vorstandsmitglied UMMAH Postfach, 8000 Zürich 079 179 75 40 ademkujovic@gmail.com; info@ummah.ch	FIDS (Föderation Islamischer Dachorganisationen Schweiz): Vernetzung, personelle Unterstützung, Infrastruktur VIOZ (Vereinigung der Islamischen Organisationen in Zürich): personelle Unterstützung, Vernetzung, Unterstützung im Kontakt mit Medien MSAZ (Muslim Student Association Zurich): Mentoring und Begleitung der Jugendlichen (Zielgruppe), personelle Unterstützung. YSMN (Young Swiss Muslim Network): Vernetzung mit muslimischen Jugend- und Studentenorganisationen	Konzeption: Okt. 2017 - März 2018 Umsetzung: April 2018 - Nov. 2018	Die Kampagne richtet sich an ein breites Publikum, wobei primär muslimische Jugendliche (12-18 Jahren) und junge Erwachsene (18-25 Jahren) aus der deutschsprachigen Schweiz angesprochen werden sollen. Deutschschweiz	Kurzfilmkampagne: Portraits und persönliche Geschichten (Stories) von Schweizer Muslimen und Musliminnen. 11 bis 13 kurze Videos (3-4 Minuten)	Online: Der Hauptverbreitungskanal der Kampagne sind die Sozialen Medien. Accounts mit dem Namen SwissMuslimStories werden auf Instagram, Snapchat, Facebook und Telegram veröffentlicht. Ein YouTube-Kanal sowie eine Website (www.swissmuslimstories.ch) vervollständigen den Online-Auftritt. Die Videos können mit der Redirect-Methode von Google verlinkt werden. Hashtag #SwissMuslimStories (SMS). Offline: Flyer, Poster und Stickers mit dem Hashtag #SwissMuslimStories in den verschiedenen Moscheen der Deutschschweiz wie auch in Jugendtreffs und (Berufs-)Schulen.	In der Ausarbeitungsphase sollen die Jugendlichen während zwei Projekttagen ihre Ideen zu positiven Rollenmodellen und Geschichten entwerfen sowie die Scripts für die Kurzfilme erarbeiten. In der Umsetzungsphase soll die Zielgruppe der Kampagne die Erstellung der Kurzvideos begleiten. Sie werden auch in der Verbreitung und Verwaltung der Sozialen Medien miteinbezogen (z.B. durch das Dokumentieren der Produktionen im Sinne einer Jugendredaktion und dem Leiten der Accounts).
4	PositivIslam	Schweizerisches Zentrum für Islam und Gesellschaft (SZIG) , Universität Freiburg Dr. Mallory Schneuwly Purdie, Senior Forscherin Rue du Criblet 13 1700 Fribourg 026 300 90 42 mallory.schneuwlypurdie@unifr.ch	Association Frislam	Konzeption: 10.2017–02.2018 Umsetzung: 03.2018-12.2018	Die Bloggerinnen und Blogger sind junge Männer und Frauen zwischen 18 und 30 Jahren, 2/3 von ihnen Muslim/innen und 1/3 Nicht Muslim/innen. Die Plattform PositivIslam richtet sich allerdings an 16- bis 18-Jährige sowie 18- bis 25-Jährige aller Konfessionen. Westschweiz und Tessin	Ziel des Projekts PositivIslam ist es, eine zweisprachige (FR und IT) «Gemeinschaft» aus jungen muslimischen (2/3) und nicht muslimischen (1/3) Bloggerinnen und Bloggern zwischen 18 und 30 Jahren zu schaffen, die kurze Artikel verfassen, kurze Videos posten und mit den Jugendlichen (16 bis 18 Jahre) und den jungen Erwachsenen (18 bis 25 Jahren) über eine Internetplattform interagieren. Die Bloggerinnen und Blogger werden in Methodik-Workshops über Gegennarrativen und alternative Narrativen geschult (Dezember 2017 bis Februar 2018) und vierteljährlich gecoacht. Ab Februar 2018 produzieren sie Gegen- und Alternativnarrativen zur radikalen Propaganda. Die Posts basieren auf den Alltagserfahrungen aufgrund ihrer unterschiedlichen Herkunft und illustrieren ihre Selbstreflexion und Selbstfindung. PositivIslam verfügt durch seine Partner bereits heute über ein Vertriebsnetz.	PositivIslam wird über zwei Wege aufgebaut und betrieben. Eine Diffusionsart ist das neu geschaffene Netz aus Bloggerinnen und Bloggern, die andere ist die Internetplattform mit ihren Posts und Videos (WordPress-Blog oder Facebook/Instagram). Die Verwendung der vom Zielpublikum genutzten sozialen Netzwerke ist zentral. Ausserdem kann PositivIslam auf die Diffusionskanäle des Schweizerischen Zentrums für Islam und Gesellschaft (SZIG) der Universität Freiburg und seinen Partnern zählen.	Die Bloggerinnen und Blogger werden ab der ersten Projektwoche rekrutiert und in den Aufbau der Plattform (visuelle Identität, Wahl der sozialen Netzwerke usw.), die Wahl der zu behandelnden Themen und das Erreichen des Zielpublikums einbezogen. Die Bloggerinnen und Blogger treffen sich innerhalb von 9 Monaten mindestens 4-mal, um sich über ihre Erfahrung auszutauschen und die Qualität und die Auswirkung ihres Beitrags zu verbessern. Die Workshops werden von zwei jungen Erwachsenen (davon eine Person muslimischen Glaubens) moderiert.