



Kriterien für gelingende Bewegtbildung

Veröffentlichung (V1.0) des Netzwerks bewegtbildung.net

Wir veröffentlichen wir diese Publikation unter freier Lizenz, um sowohl die Nachnutzung als auch die Weiterbearbeitung zu erleichtern. Die Kriterien werden im Blog bewegtbildung.net veröffentlicht sowie als [Google Doc](#), um Kommentare, Kritik und Weiterbearbeitungen zu sammeln.

Zitiervorschlag Kurzversion

CC BY 4.0. bewegtbildung.net, Kriterien für gelingende Bewegtbildung V1.0

Zitiervorschlag Langversion:

CC BY 4.0 bewegtbildung.net, Kriterien für gelingende Bewegtbildung V1.0

Heiner Bachmann, Benjamin Bähr, Helle Becker, Robert Behrendt, Sonja Breitwieser, Arne Busse, Mosjkan Ehrari, Mischka Franke, Birte Frische, Markus Gerstmann, Matthias Haist, Hannes Heller, Lukas Menzel, Sami David Rauscher, Annette Rehfeld-Staudt, Jan Rooschütz, Daniel Seitz, Anselm Sellen, Clemens Stolzenberg, Ulrich Tausend, Frauke Vogel, Sabrina Werner

Vorwort	2
Kriterien für gelingende Bewegtbildung	3
Vorbemerkung zur Nutzung der Kriterien	3
Anschlussfähigkeit	3
Haltung	4
Identifikation	5
Inhalte	6
Interaktion	7
Lernerfolge	8
Partizipation	9
Reichweite	11
Zielgruppenorientierung	11

Vorwort

Das Netzwerk bewegtbildung.net setzt sich aus Expert*innen der politischen Bildung, Webvideo-Profis und Wissenschaftler*innen verschiedener Disziplinen zusammen. Im Zuge der Netzwerkarbeit von bewegtbildung.net, welche die Chancen und Herausforderungen von politischer Bildung mit Webvideo begleiten möchte, wurde der Bedarf nach Kriterien gelingender politischer Bildung mit Webvideo immer größer. Gemeinhin werden häufig wenige Kriterien, oft sogar lediglich die quantitative Reichweite z.B. einer Kampagne auf YouTube herangezogen, um Erfolg sichtbar zu machen. Dies lässt die vielschichtigen Ansatzmöglichkeiten des jungen Mediums außer Acht. Der Katalog möchte zum einen den Blick weiten und neue Ansätze verdeutlichen, zum anderen aber auch zu einer weiterführenden Diskussion um das junge Feld der politischen Bildung einladen.

Das Netzwerk bewegtbildung.net hat – inspiriert durch die eigene Fachtagung im September 2016 – begonnen, an den Kriterien zu arbeiten und diese in mehreren Iterationen weiterentwickelt. In dieser Version möchten wir diese nun veröffentlichen und freuen uns auf eine breite Diskussion, um die Kriterien weiterzuentwickeln und zu verfeinern. Darum veröffentlichen wir diese unter freier Lizenz, um sowohl die Nachnutzung als auch die Weiterbearbeitung zu erleichtern. Die Kriterien werden im Blog bewegtbildung.net veröffentlicht sowie als [Google Doc](#), um Kommentare, Kritik und Weiterbearbeitungen zu sammeln. Wir werden diese dann in geeigneter Form einarbeiten. Wer in der nächsten Version mit Namen erscheinen möchte, sollte diesen mitteilen.

Zitiervorschlag Kurzversion:

CC BY 4.0. bewegtbildung.net, Kriterien für gelingende Bewegtbildung V1.0

Zitiervorschlag Langversion:

CC BY 4.0 bewegtbildung.net, Kriterien für gelingende Bewegtbildung V1.0

Heiner Bachmann, Benjamin Bähr, Helle Becker, Robert Behrendt, Sonja Breitwieser, Arne Busse, Mosjkan Ehrari, Mischka Franke, Birte Frische, Markus Gerstmann, Matthias Haist, Hannes Heller, Lukas Menzel, Sami David Rauscher, Annette Rehfeld-Staudt, Jan Rooschütz, Daniel Seitz, Anselm Sellen, Clemens Stolzenberg, Ulrich Tausend, Frauke Vogel, Sabrina Werner

Kriterien für gelingende Bewegtbildung

Vorbemerkung zur Nutzung der Kriterien

Der folgende Katalog an Kriterien für gelingende Bewegtbildung stellt Merkmale dar, die helfen sollen, den Erfolg von Projekten der politischen Bildung mit Webvideo zu bewerten. Zudem soll diese Liste bei Konzeption und Durchführung von Bewegtbildungs-Projekten Orientierung bieten und praktisch anwendbar sein. Die Liste dieser Merkmale ist dabei offen für Erweiterungen.

Wir haben uns bewusst dafür entschieden, nicht von vornherein zwischen Produkt und Projekt oder zwischen Kurz- oder Langzeitprojekt zu unterscheiden und auch nicht, ob das Projekt durch, mit oder für die Zielgruppe Jugendlicher durchgeführt wird; genauso wie natürlich auch andere Zielgruppen durch Bewegtbildungsprojekte angesprochen werden sollen.

Das bedeutet, dass – entsprechend diesen Parametern – manche Kriterien relevanter sind als andere, sodass abgewogen werden sollte, wie bedeutsam das Merkmal für ein Projekt ist. Die Fragen am Ende jedes Kriteriums können im Einzelfall dabei helfen, die Relevanz für das jeweilige Projekt zu prüfen.

Anschlussfähigkeit

Politische Bildungsprojekte mit Bewegtbild können in unterschiedlichen Projektrahmen stattfinden, z.B. als Pilotprojekt, als Projektserie, als buchbares Angebot, einmalige Publikation etc. In Abhängigkeit vom Rahmen gestaltet sich die Anschlussfähigkeit, d.h. inwiefern mit den Arbeitsergebnissen und dem Erkenntnisgewinn des Projektes weitergearbeitet werden kann. Dabei sollten folgende Punkte bedacht werden:

- Lizenz (z.B. Creative Commons)
- Prozessorientierung vs. Produktorientierung
- Partizipationsmöglichkeiten
- Weiterverwendung

- Evaluation

Projektcheck

- Bestehen Einschränkungen in der Nutzbarkeit der Bewegtbildinhalte, die im Verlauf des Bildungsprozesses oder Projekts entstanden sind?
- Gibt es eine Auswertung des Projektes, die bei der Weiterentwicklung oder Nachahmung des Projektes hilft?
- Ist das Projekt oder Produkt als Serie, Pilot oder Angebot angelegt? Welche Folgen ergeben sich daraus für die Nachnutzung der Projektinhalte und Ergebnisse?

Haltung

Sprechen wir im Rahmen von Bewegtbildung von politischer Bildung, so stellt sich die Frage nach der Transparenz der Haltung der Lehrenden bzw. Produzierenden.

Gerade mit Blick auf informelle Bildungskontexte gilt es für Webvideo-Produzenten, ihre Haltung durch entsprechende Kontextualisierung, Klarheit ihrer Perspektive, Überprüfbarkeit ihrer Inhalte und Überzeugungen transparent und nachvollziehbar zu machen.

Doch auch in Bildungssettings mit Präsenzanteil gilt es, sowohl die Haltung des politischen Bildners als auch des verwendeten Webvideo-Materials deutlich zu machen. Hier kann der Beutelsbacher Konsens nach wie vor Orientierung geben.

- Haltung meint die Haltung der Lehrenden und/oder Produzierenden.
- Kontroversitätsgebot vs. Meinungsstärke
 - Meinungsstärke verhilft Webvideos oft zu Anerkennung bei Jugendlichen und zu Breitenwirkung.
 - Meinungsstarke Creator fordern entsprechend mündige Zuschauer.
 - Damit einher geht eine gesteigerte Verantwortung des Creators und ein Anspruch an die Transparenz seiner Haltung.
 - Es gilt, Kontroversität über begleitende Angebote herzustellen.
- Kennzeichnung von Meinungsbildung
 - Sprache ist das Indiz für Meinungsäußerung.
 - Transparenz kann durch Sprachwahl und Bildsprache hergestellt werden.
 - Kompetenzen und Hintergrundwissen sind nötig, um das zu verstehen.
 - Arbeit mit Meinungen (z.B. gegen Selbstradikalisierung als Phänomen in Echoräumen) wird nötig.
 - Klarheit der journalistischen Perspektive wird hergestellt.
 - Den Zuschauer*innen wird eine weitere Auseinandersetzung mit der eigenen Meinung ermöglicht.
- Verantwortung gegenüber der (eigenen) Community
 - Überwältigungsverbot bedeutet auch, die eigene Community nicht zu instrumentalisieren (für z.B. eigene Interessen).

- Eine demokratische Haltung schließt die Aufforderung zu Hass und Hetze aus.
- Gestaltung informeller Bildungsumgebungen bei Webvideo
 - Webvideo kann als Teil anderer Bildungsumgebungen genutzt werden und muss nicht für sich allein stehen.
 - Konzepte zur Nacharbeit mit dem Webvideo-Material sind zu entwickeln und anzubieten.
 - Umsetzung eines Gesamtkanalkonzepts, Orte dafür können sein:
 - weiterführende Informationen und Links in der Infobox
 - Endcards mit Meinungsklä rung oder Positionierung (allgemein oder konkret zum aktuellen Video)
 - Kanal-Trailer
 - eigene Landingpage zum Thema
 - Verlinkung externer Interviews
 - Q&A / interaktive Zuschauer-Einbindung
 - Kommentare und Audience Development

Projektcheck

- Gibt es im Projekt eine kritische Auseinandersetzung und Reflektion von Werthaltungen, Einstellungen, Überzeugungen und Wissensbeständen?
- Ermöglicht und befähigt das Projekt zur Selbstbildung und Selbstbestimmung, Bildung eines eigenständigen Urteils, Ausbildung eines Bewusstseins über Rechte und Pflichten als Bürger*in?
- Setzt das Projekt den „Beutelsbacher Konsenses“ (Überwältigungsverbot, Kontroversitätsgebot, Handlungs- und Zielgruppenorientierung) um?
- Erkläre ich innerhalb meines Webvideo-Angebots meine Haltung zum Thema?
- Ist für meine Zuschauer*innen erkennbar, was Haltung bzw. Meinung und was Fakten sind?
- In welchen Bildungsumgebungen wird Webvideo eingesetzt?
- Geht das Projekt transparent mit seinen finanziellen Grundlagen um (Sponsoring etc.)?

Identifikation

Bildungsprozesse sollten Teilnehmenden Erfahrungsräume öffnen. Erfolgreiche Bewegtbildung braucht entsprechend eine emotionale Bindung der Teilnehmenden zum Projekt, ob positiv oder negativ, ablehnend oder zustimmend. Ein Bildungsprozess wird durch Identifikation gestützt und gestärkt. Die Frage bei der Gestaltung von Bewegtbildungsprojekten muss daher lauten, ob sich ein Projekt oder Produkt tatsächlich an der Lebenswelt der Zielgruppe orientiert und von dieser als relevant betrachtet wird.

- Einbringen der eigenen Interessen und Persönlichkeit durch die Zielgruppe: Je mehr Eigenes eingebracht werden kann, desto mehr Identifikation und Lebensweltorientierung wird ermöglicht.
- Wechselverhältnis von Produkt und Prozess
 - Ein guter Prozess begünstigt ein gutes Endprodukt.
 - Motivation entsteht durch die Identifikation mit dem Produkt (intrinsische Motivation).
 - Nur durch Identifikation und Motivation ist ein gelingender Bildungsprozess möglich.
- Prozesse abschließen → Ergebnisorientierung
 - Das haben wir/ich geschafft (die Freiheit selber denken zu dürfen)

Projektcheck

- Stehen alle Projektteilnehmenden hinter den Zielen des Projektes (siehe Kriterium Partizipation)?
- War die Ansprache zielgruppengerecht? Sind die Ziele des Projektes klar kommuniziert worden? Wissen alle worum es geht?
- Gibt es Inhalte, Figuren, Situationen, die zur Identifikation einladen?
- Braucht das Projekt Role-Models oder Identifikationsfiguren, um seine Ziele zu erreichen?
- Orientiert sich das Projekt an den Lebenswirklichkeiten der Jugendlichen?
- Sind das Projekt und seine Ziele authentisch in Gestaltung und Umsetzung (Top-Down- oder Bottom-Up-Gestaltung)?

Inhalte

Inhalte sind in der politischen Bildung mit Webvideo die Grundlage eines erfolgreichen Bildungsprozess. Die Auseinandersetzung mit relevanten politisch-gesellschaftlichen Inhalten ist hierbei zentral und unabdingbar. Welche Inhalte jedoch zum Gegenstand genommen werden, obliegt gut begründeten Entscheidungen. Diese sollten auf der Basis eines pluralistischen Denkens und Handelns getroffen werden und ihre eigenen Grundlagen offenlegen können.

- Politische Inhalte
- Wahrheit und Schutz der Menschenwürde (nach dem [Pressekodex](#))
- Quellennachweise
- Unterscheidung von Fakt und Meinung
- Titel sollte im Kontext des Inhalts stehen (z.B. kein Clickbait, passendes Thumbnail)
- Inhalte werden durch Webvideo in ihrer Form immer wieder neu definiert
- Inhaltliche Zugänglichkeit/Barrierefreiheit (Untertitel, Transkript)

Projektcheck

- Wird die Menschenwürde bestimmter Gruppen oder die Menschenwürde im Allgemeinen durch die Inhalte angegriffen?
- Welche Zielsetzung wird verfolgt (Information, Befähigung, Unterhaltung, Motivation, Aktivierung, Reflektion, Selbstrepräsentation etc.)?
- Ist die Frage der politischen Relevanz bzgl. des Themas gestellt worden?
- Ist die Themenwahl einsichtig und begründet?
- Wird Meinung klar als solche kenntlich gemacht und von faktischen Inhalten unterschieden?

Interaktion

Durch Bewegtbildung werden explizit Bildungsprozesse in und mit Social Media und Webvideo angestoßen und somit Kommunikationskanäle geöffnet, die Interaktion fordern und fördern. Diese Interaktion sollte integraler Bestandteil des Produktes oder Projektes sein und entsprechend geplant und gestaltet werden. Fragen des erfolgreichen Community-Managements werden dadurch genauso berührt wie Fragen des Daten- und Jugendschutzes, der Ressourcen oder Nachbereitung. Interaktion wird bei politischer Bildung im Social Web auf der Grundlage von Identifikation und Partizipation (siehe Kriterien) gestaltet.

- Bewegtbildung sollte immer die Interaktionsmöglichkeiten der jeweiligen Plattformen mit einbeziehen, um Teilnehmenden prinzipiell die Möglichkeit zu geben, an den jeweiligen Projekten oder Produkten zu partizipieren.
- Interaktion sollte als geplanter Prozess ins jeweilige Bildungskonzept mit aufgenommen werden.
- Reflektion der Rolle/des Verhaltens von Plattformbetreibern (siehe Haltung)
- Rückführung von Interaktion in die Projektweiterentwicklung
- Motivation zu Interaktion (Call to Action)
- Rahmenbedingungen und Grundsätze für Interaktion müssen zunächst entwickelt und umgesetzt werden. Ein transparenter Umgang mit diesen Rahmenbedingungen und Grundsätzen ist dabei notwendig (z.B. ist der Vorgang des Löschens von Kommentaren offenzulegen). Rahmenbedingungen und Grundsätze für Interaktion sollten an die Zielgruppe angepasst werden.
- **Rahmenbedingungen und Grundsätze** einer Moderation der Kommentarräume könnten sein:
 - **Adaptivität** – Ressourcen sind im Fall von konzertierten (Gegen-)Aktionen skalierbar.
 - **Akzeptierende Jugendarbeit**
 - **Code of Conduct** – Netiquette
 - **Datenschutz**
 - **Jugendmedienschutz**
 - **Regelmäßigkeit** – Zeitliche Ressourcen werden fest eingeplant.

- **Sachlichkeit**
- **Verbindlichkeit** – Moderation ist als Ansprechpartner*in erkennbar.

Projektcheck

- Sind Kommentarspalten oder andere Feedback-Kanäle aktiviert?
- Kann das Projektteam adäquat auf Kommentare und Aktionen reagieren und Diskussionen moderieren?
- Fordert das Projektteam aktiv dazu auf, die Interaktionsmöglichkeiten zu nutzen?
- Gibt das Projektteam interessante Gelegenheiten oder motivierende Anlässe, mit ihm zu interagieren?
- Was im Projekt ist eigentlich gute Interaktion? (qualitativ und quantitativ)
- Gibt es die Möglichkeit zu agieren und diskutieren?
- Nach welchen Grundsätzen wird die Moderation aktiv und ist sie mit ausreichend Ressourcen ausgestattet?
- Sind diese Grundsätze transparent (Netiquette, Jugendmedienschutz, Datenschutz)?
- Ist die Moderation als Ansprechpartner*in erkennbar?

Lernerfolge

Politische Bildung will in informellen Lernumgebungen wie Webvideo sowie in Projekten mit Bewegtbild Lernerfolge erzielen. Daher ist es wichtig, im Vorfeld Lernziele im Projekt zu bestimmen und sich über diejenigen Kompetenzen klar zu werden, die gestärkt werden sollen. Die Entscheidung darüber, ob Bewegtbild erfolgreich ist oder nicht, hängt stark von den erreichten Lernerfolgen ab, aber eben auch davon, ob Lernziele realistisch gesetzt wurden.

- **Meinungsbildung**
 - Das Projekt sollte zur Artikulation und zum Aushandeln von Bedürfnissen und Interessen befähigen.
 - Das Projekt versetzt die Teilnehmenden in die Lage, sich eigenständig Wissen anzueignen und Partizipationsfähigkeiten auszubauen.
 - Das Projekt schult die Urteilskraft der Teilnehmenden.
- **Medienkompetenz**
 - Funktionswissen: Die Teilnehmenden lernen etwas über die Funktionsweisen, die technische Bedienung zur Erstellung und die Gestaltungsmöglichkeiten von Bewegtbild.
 - Strukturwissen: Die Teilnehmenden lernen etwas über Mediensysteme, deren Struktur sowie etwas über die Rollen der einzelnen Akteure.
 - Medienbewertung: Die Teilnehmenden können mediale Intentionen analysieren und auf Grundlage einer kritischen Reflexion beurteilen.
 - Orientierungswissen: Die Teilnehmenden sind in der Lage, sich eigenständig und begründet im medialen Angebot zu positionieren.

- Medienpartizipation: Die Teilnehmenden sind befähigt an gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen teilzuhaben.
- Mediengestaltung: Die Teilnehmenden sind fähig, aktiv und eigenständig Medien zu produzieren.
- Mediennutzung: Die Teilnehmenden sind in der Lage, Medien selbständig als Werkzeuge der Kommunikation zu nutzen.
- Handlungsfähigkeit
 - Die Teilnehmenden bekommen Möglichkeiten, sich selber zu artikulieren.
 - Entscheidungen werden innerhalb eines Projektes durch Kommunikation und Argumentation herbeigeführt.
 - Die Teilnehmenden bekommen die Möglichkeit, sich bei Entscheidungsfindungen auszutauschen und zu verhandeln.
 - Die Teilnehmenden können autonome Entscheidungen treffen.
 - Die Teilnehmenden machen die Erfahrung von Selbstwirksamkeit (Empowerment).
- Soziale Kompetenz
 - Das Projekt fördert die individuelle und soziale Entwicklung.

Projektcheck

- Welche Lernziele werden mit dem Bewegtbildungs-Projekt/-Produkt verbunden?
- Wie mündig ist die Zielgruppe?
- Wie zielgruppengerecht ist das Angebot?
- Welche anderen Lernziele sind charakteristisch für das Projekt?
- Welche Lernerfolge sind nach Ansicht der Zielgruppe relevant und wie beurteilen Bewegtbildner*innen diese Einschätzung?
- Wie können Lernerfolge im Projekt ermittelt werden?

Partizipation

Politische Bildung im Feld von Webvideo und Social Media sollte sich mit der Beteiligung der Zielgruppe entwickeln. Nur über Partizipationsmöglichkeiten im Projekt lässt sich auch ein Mehr an Interaktion und Identifikation erreichen, das für einen Bewegtbildungsprozess zentral ist. Webvideo-Projekte sollten die Integration in gesellschaftliche Zusammenhänge herstellen und deren Aktualität berücksichtigen, um die Partizipation der Zielgruppe zu gewährleisten.

Das Ausmaß der Partizipationsmöglichkeiten variiert stark in Abhängigkeit vom Format des Bewegtbildungsprojekts, bewegtbildung.net unterscheidet:

- A) **“Projekte für Jugendliche”**: Content wird für die jeweilige Zielgruppe, z.B. von YouTuber*innen und anderen Multiplikator*innen produziert.

- Partizipation entsteht hier primär als Interaktion und als Reaktion auf den Content (z.B. Call to Action) in Form von Likes, Kommentaren und Videoantworten etc.
 - Plattformabhängig werden diese Interaktionen unterschiedlich bewertet – solche technischen Bewertungen sollten aber nicht mit der Bewertungen aus Sicht der politischen Bildung gleichgesetzt werden.
 - Interaktion kann Sichtbarkeit produzieren.
- Live-Video als neues Partizipationsmedium aufgreifen.
 - Unmittelbare Feedbackschleifen sind über Kommentare zum Video und direkte Videoantworten dazu möglich.

B) **“Projekte von und mit Jugendlichen”**: Content wird von der Zielgruppe eigenständig und bewegtbildnerisch begleitet produziert. Partizipation entsteht hier durch:

- Ideenfindung und Konzeptentwicklung,
- Produktion,
- Veröffentlichung des Beitrags und/oder Präsentation,
- Moderation der Likes bzw. Kommentare,
- aktive Medienproduktion,
- selbstbestimmte Wahl der medialen Aufbereitung,
- eigene, selbstbestimmte Themenwahl,
- Offenheit und Diskursivität in allen Umsetzungsstufen,
- Emotionalität,
- Durchführung der Projekte im geschützten Raum (z.B. Videos nach Fertigstellung nicht veröffentlichen oder nur einem bestimmten Nutzerkreis zugänglich machen).

Projekte sind umso erfolgreicher, je mehr sich die Teilnehmenden mit dem Projekt identifizieren und daraus resultierend die Motivation zur Partizipation ziehen. Insofern ist bereits in der Konzeption entscheidend, ob Selbst- und Mitbestimmung auch wirklich sichergestellt werden können.

Projektcheck

- Was ist für ein bestimmtes Projekt-Vorhaben eigentlich Partizipation?
- Befähigt, ermöglicht und motiviert das Projekt zur Teilhabe an Mitbestimmung und Mitgestaltung von gesellschaftlichen und politischen Prozessen?
- Verfolgt das Projekt aktive und verantwortungsvolle Partizipation, Emanzipation und Mündigkeit als Inhalt, Ziel und Erleben von Bildungsprozessen („Demokratie erfahren“)?
- Gibt es eine Selbstreflexion der Beteiligten über den erreichten Partizipationsgrad?
- Gestaltet sich im Projekt eine passfähige Partizipation?

Reichweite

Reichweite wird häufig als zentrales Kriterium angeführt. Diese kann jedoch – im Zusammenhang von Bewegtbildung – nicht absolut, sondern nur im Verhältnis zu weiteren Projektzielen bewertet werden. Je nach Projektdesign kann Reichweite auch gar keine Rolle spielen, z.B. wenn aus Gründen des Persönlichkeitsschutzes die “Webvideos” gar nicht veröffentlicht werden.

- Beschränkung der Reichweite ist manchmal erwünscht, z.B. bei Webvideo-Projekten im geschützten Raum oder nur im Freundeskreis der Teilnehmenden.
- Influencer (YouTuber*innen) können als Multiplikator*innen eingesetzt werden, wenn Reichweite entscheidend ist.
- Reichweite kann weiter ausdifferenziert werden, z.B. Regionalität, Zielgruppe etc.
- Reichweite kann vor allem einen breiten Zugang zur Zielgruppe sicherstellen.
- Die Frage der Reichweite sollte als Thema des Bildungsprozesses reflektiert werden.
 - Views kaufen
 - Mediabudgets von Konzernen
 - Vorbereitung der Teilnehmenden auf positive sowie negative Effekte eines möglichen großen Wachstums sollte stattfinden.
- Crosspostings und Nutzung zusätzlicher Netzwerke/Plattformen
 - Was bei YouTube nicht passt, könnte z.B. bei Facebook passen.

Projektcheck

- Wie wichtig ist Reichweite für das Gelingen des Projekts (z.B. durch Vorgaben des Auftraggebers/Förderers)?
- Gibt es ein Social-Media-Konzept zur Generierung von Reichweite?
- Kann ich sicherstellen, dass in den ersten Stunden (aktuell wird von 180 Minuten gesprochen) nach dem Upload die größtmögliche Interaktion stattfindet?
- Werden unterschiedliche Plattformen und Multiplikator*innen zur Verbreitung der Inhalte eingebunden (Crosspostings)?

Zielgruppenorientierung

Bewegtbildung will mit ihren Angeboten unterschiedliche Zielgruppen erreichen. Dabei ist es hilfreich, im Vorfeld ein möglichst klares Bild der Zielgruppe zu entwickeln, um im nächsten Schritt das Projekt oder Produkt gezielt auf diese auszurichten. Hierfür sind nachfolgende Parameter zu justieren, die jeder für sich Einfluss auf den Erfolg der Bewegtbildungsarbeit haben.

- Lebensweltorientierung (Interessen und Aufgaben, Peers, sozialer Hintergrund, Erfahrungen, Anschlussfähigkeit an Alltag)

- Format-Entwicklung
 - Unterschiede bedenken von Bildungsformaten, journalistischen Formaten und Meinungsformaten.
 - Die Entscheidung über Formate ist eine Entscheidung über die Zielsetzung und darüber, was gezeigt werden soll.
- Gegenseitige Ergänzung von Online- und Offline-Formen (im Sozialraum, mit Begleitmaterial, durch Präsenzveranstaltungen etc.)
- Relevanz und Aktualität
- Passgenaue Ansprache der Zielgruppe
- Plattform-Spezifizierung
- Ästhetik (Thematik, Schnitt, Präsentation, visuelle Zugänglichkeit)
- Barrierefreiheit, (einfache) Sprache

Projektcheck

- Wo ist die Zielgruppe erreichbar?
- Passen Form und Inhalt zu der Zielgruppe?
- Ist eine ästhetisch-inhaltliche Auseinandersetzung im Projekt angebracht?
- Inwiefern werden die Lebensweltorientierung und Ansprache bei der Zielgruppenorientierung berücksichtigt?
- Inwiefern wird Webvideo in der Ansprache der Zielgruppe genutzt?