

PRESSEMITTEILUNG

Social Media-Kampagne #True Story will junge Menschen für Desinformation sensibilisieren

- Die Vodafone Stiftung startet gemeinsam mit der Jugendbildungsinitiative MESH Collective die Awareness-Kampagne #True Story
- YouTube, TikTok Instagram und co. – mit der Unterstützung reichweitenstarker Social Influencer:innen wird die Debatte erstmals auf die für junge Menschen relevanten Kanäle geholt
- Die interaktiven Formate sollen die Jugendlichen im Umgang mit Desinformation stärken und ihnen praktische Tipps an die Hand geben

Berlin/Düsseldorf. Ob zur Corona-Pandemie oder rund um die Bundestagswahl – im Internet kursieren immer mehr Falschnachrichten und fragwürdige Informationen. Besonders betroffen davon sind junge Menschen: Drei Viertel (76 Prozent) der 14- bis 24-Jährigen werden mindestens einmal pro Woche mit Falschnachrichten online oder in den sozialen Medien konfrontiert. Die Vodafone Stiftung Deutschland startet deshalb im Rahmen der Initiative Klickwinkel und in Zusammenarbeit mit der Jugendbildungsinitiative MESH Collective (We Are Era) die Awareness-Kampagne #TrueStory. Erstmals werden vor allem Jugendliche im Umgang mit Desinformation sensibilisiert und Medien- sowie Informationskompetenz gefördert. Unterstützt wird die plattformübergreifende Kampagne von Social-Influencer:innen, die ein Millionenpublikum erreichen.

Diskurs auf allen Social-Video-Plattformen

Das Herzstück von #TrueStory bildet eine Social-Video-Serie auf YouTube und TikTok. Die Kampagnenbotschafter:innen Wailam und NikotheC, The Real Lauri und Vikykid erreichen dort zusammen rund 2,5 Millionen Menschen. Sie geben ihren jungen Communities praktische Tipps an die Hand, die es ihnen ermöglichen, Desinformation im Alltag zu erkennen und Informationen richtig einzuordnen. Im Rahmen einer Hashtag-Aktion feierten sie gemeinsam mit anderen Content-Creator:innen wie Whynils, Julesborninglife, Twenty4tim, JustCaan, Itsbabyshelly und Phu Kang Henry Nguyen den Startschuss für die Kampagne und förderten in ihren Instagram-Stories den Austausch unter ihren Follower:innen.

„Jugendliche dort ansprechen, wo sie sowieso unterwegs sind: in den sozialen Medien“

„Wie bei keiner anderen Generation zuvor, werden das Weltbild und die Meinungen junger Menschen von Inhalten in digitalen und sozialen Medien geprägt. Wir dürfen diesen Raum nicht den Verbreiter:innen von Desinformation und Verschwörungsmythen überlassen, sondern müssen Jugendlichen genau hier Angebote machen: Auf den Kanälen, auf denen sie ihre Freizeit verbringen und nach Informationen suchen und mit Inhalten, die sie ansprechen.“, kommentiert Johanna Börsch-Supan, Leiterin Strategie und Programm der Vodafone Stiftung, die Kampagne.

Hörspiel-Podcast klärt auf mit Radikalisierungsreise

Begleitet werden die Aktionen im Social Web vom fiktiven Podcastformat „Welcome to Fakeland“. In sechs spannenden Episoden wird die junge Zuhörer:innenschaft auf die Radikalisierungsreise der Protagonistin Beke mitgenommen. Ihre Geschichte zeigt, wie schnell Desinformation zur Radikalisierung Einzelner führen kann. Zudem wurden neue Formate für den Instagram-Kanal von **Klickwinkel** entwickelt und produziert, in denen weiterführende Interviews mit Betroffenen und

Pressekontakt:

Laura Schubert
Kommunikationsmanagerin

Vodafone Stiftung Deutschland
gemeinnützige GmbH
Behrenstraße 18
10117 Berlin

Mobil: 0172 1015700
laura.schubert@vodafone.com
www.vodafone-stiftung.de

Unsere Social Media Kanäle:

 www.twitter.com/vf_stiftung

 facebook.com/vodafonestiftung

 youtube.com/vodafonestiftung

Expert:innen, Portraits und Fakten zur Aufklärung und Sensibilisierung von Jugendlichen im Umgang mit Falschinformationen angeboten werden.

Über die Vodafone Stiftung Deutschland

Die digitale Welt aktiv zu gestalten, erfordert neue Kompetenzen. Wir müssen neue Technologien verstehen, Veränderungen kritisch hinterfragen und gemeinsam kreative Lösungen für die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts schaffen. Deshalb denkt die Vodafone Stiftung Bildung für die digitale Gesellschaft neu. Gemeinsam mit Vorreitern aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft forschen wir, engagieren uns in gesellschaftspolitischen Debatten und entwickeln innovative Bildungsangebote. www.vodafone-stiftung.de

Zur Initiative: Klickwinkel möchte junge Menschen zu meinungsstarken Gestalter:innen digitaler Medien machen. Mit der umfassenden Aufklärungskampagne zum Thema Desinformation #TrueStory soll bei jungen Menschen mehr Bewusstsein für die digitale Meinungsbildung geschaffen werden. Die Debatte rund um Falschnachrichten und Hassrede soll nicht mehr an ihnen vorbei, sondern in den Communities und auf den Plattformen stattfinden, die für sie relevant sind. Unterstützung bieten starke Stimmen aus der Social Media-Szene, die wichtiges Hintergrundwissen sowie konkrete und praktische Tipps vermitteln. **Mehr Informationen:** www.klickwinkel.de und [instagram.com/klickwinkel_](https://www.instagram.com/klickwinkel_)

Über MESH Collective

MESH Collective ist eine preisgekrönte Bildungsinitiative, die gemeinsam mit reichweitenstarken Peers und Multiplikator*innen ganzheitliche Kampagnen, mehrstufige Initiativen und Social-Video-Serien entwickelt und umsetzt. MESH vermittelt gesellschaftlich relevante Inhalte und Wissen plattformübergreifend im Social Web und ermächtigt so junge Menschen. Komplexe Inhalte werden journalistisch fundiert aufbereitet und den unterschiedlichen Lebensrealitäten und Sehgewohnheiten entsprechend zugänglich gemacht. Wissensvermittlung wird entsprechend im Lebensweltkontext Jugendlicher verankert. Dabei erarbeitet MESH die Themen aus der Sicht und mit aktiver Einbindung Betroffener, um ihre Pe(e)rspektive abzubilden. www.meshcollective.de

Pressekontakt:

Laura Schubert
Kommunikationsmanagerin

Vodafone Stiftung Deutschland
gemeinnützige GmbH
Behrenstraße 18
10117 Berlin

Mobil: 0172 1015700
laura.schubert@vodafone.com
www.vodafone-stiftung.de

Unsere Social Media Kanäle:

 www.twitter.com/vf_stiftung

 facebook.com/vodafonestiftung

 youtube.com/vodafonestiftung