

## **Vodafone Stiftung Deutschland stärkt mit #DataMe-Kampagne die Datensouveränität der jungen Generation**

- **Über TikTok und Twitch werden Social Influencer:innen Jugendlichen das Thema Data Literacy näherbringen**
- **Teil der dreimonatigen Kampagne sind Interviews mit Politiker:innen und Expert:innen**
- **Expertin des Weizenbaum-Instituts unterstützt bei Entwicklung der Inhalte**
- **Die Vodafone Stiftung und MESH Collective knüpfen mit #DataMe an vorherige Informationskampagnen (u.a. #JOM0) an**

**Berlin, 20.09.2023.** Das Teilen von persönlichen Daten auf Websites und in Anwendungen ist selbstverständlich geworden. Doch was passiert, wenn diese Daten in falsche Hände geraten? Die Vodafone Stiftung Deutschland hat es sich zum Ziel gesetzt, Jugendliche für einen verantwortungsbewussteren Umgang mit ihren persönlichen Daten zu sensibilisieren. Auf TikTok und im Rahmen eines sogenannten Community-Talks auf Twitch klärt die Social-Media-Kampagne #DataMe auf, welche Spuren Nutzer:innen im Netz hinterlassen und wie ein souveräner Umgang mit der eigenen digitalen Identität gelingt. Gesichter der Initiative sind die TikTok-Creator:innen Yasmin und Andy Lee.

### **Vielfältige TikTok-Formate und interaktives Live-Event auf Twitch**

Im Zentrum der #DataMe-Kampagne stehen in den kommenden Wochen vielfältige Video-Formate auf dem TikTok-Kanal „Klickwinkel“ der Vodafone Stiftung Deutschland, die nicht nur informativ, sondern auch unterhaltsam sind und Jugendliche auf Augenhöhe und in deren Sprache abholen. Das Format „#WhatTheHack“ etwa vermittelt einfache Datenschutz- und Privatsphäretricks; „#DeepDive“ enthüllt erstaunliche Fakten aus der Welt der Daten. Darüber hinaus kommen Expert:innen, Politiker:innen und Insider:innen zu Wort, die diskutieren und im Rahmen von Challenges gegeneinander antreten. Beantwortet werden Fragen wie „Welche Spuren hinterlasse ich im Netz?“, „Wie werden meine persönlichen Daten von den Plattformen genutzt“ oder „Wie kann ich aktiv die Nutzung meiner Daten beeinflussen?“. Die beiden Creator:innen Yasmin ([@eyasminbal](#)) und Andy ([@lee.andy](#)), die auf TikTok ein Millionenpublikum erreichen, führen als Hosts durch die Kampagne.

Ein Highlight der Kampagne bildet ein interaktives Live-Event auf der Streamingplattform Twitch. In einem Community-Talk werden bekannte Creator:innen und Expert:innen Fragen zu Datensicherheit diskutieren, während sich die Zuschauer:innen aktiv in die Diskussion einbringen und Fragen stellen können.

Dr. Gergana Vladova vom Weizenbaum-Institut, die sich als Forschungsgruppenleiterin mit dem Thema „Bildung für die digitale Welt“ auseinandersetzt, wirkte an der Kampagnenentwicklung mit, um sicherzustellen, dass die Formate für Jugendliche relevante Themen und Aspekte aufgreifen.

### **Positive Reaktion auf die Herausforderungen der digitalen Ära**

„Privatsphäre stellt einen essenziellen Teil der freien Gesellschaft dar. In der heutigen digitalen Welt sind wir uns aber immer seltener darüber bewusst, wo wir unsere Daten preisgeben und damit unsere Privatsphäre beschneiden. Mit unserer #DataMe-Kampagne möchten wir junge Menschen mit einem positiven und unterhaltsamen Ansatz dazu befähigen, selbstbestimmter und bewusster

mit den eigenen Daten umzugehen“, erklärt Matthias Graf von Kielmansegg, Geschäftsführer der Vodafone Stiftung Deutschland.

„Diese Kampagne ist unsere Antwort auf die aktuellen Herausforderungen der digitalen Ära, in der persönliche Daten ein heißbegehrtes Gut geworden sind. Ich bin stolz darauf, dass wir in Zeiten wachsender Datenmengen einen Beitrag leisten, um die digitale Souveränität der jungen Generation zu stärken und ihnen die Werkzeuge an die Hand zu geben, um ihre Privatsphäre im Netz zu schützen.“, erklärt Julia Althoff von MESH Collective.

#DataMe knüpft inhaltlich an die Social-Awareness-Kampagne #JOMO („Joy Of Missing Out“) an, mit der die Vodafone Stiftung Deutschland gemeinsam mit MESH Collective junge Menschen im Jahr 2022 für einen bewussten und resilienten Umgang mit Social Media sensibilisiert und Millionen von jungen Menschen in Deutschland erreicht hat.

Das Berliner Team von MESH Collective, We Are Eras Inhouse-Agentur für gesellschaftlichen Wandel, zeichnet verantwortlich für Konzeption, Strategie, Influencer:innen-Auswahl, Produktion und Community-Management von “#DataMe”.

Hier geht es zu den ersten Videos auf TikTok:

<https://www.tiktok.com/@klickwinkel>

## **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 Vorreiter:innen aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft forschen wir, engagieren uns in gesellschaftspolitischen Debatten und entwickeln innovative Bildungsangebote. [www.vodafone-stiftung.de](http://www.vodafone-stiftung.de)

Die Stiftung ist Teil eines Bündnisses von über 120 Organisationen und Institutionen, die in einem gemeinsamen Appell den Bundeskanzler und die Regierungschef:innen der Länder aufrufen, mit einem Nationalen Bildungsgipfel einen grundlegenden Reformprozess im Bildungswesen einzuleiten. Die Initiative nutzt den Hashtag #NeustartBildungJetzt, der Appell und die Liste der Unterstützer:innen sind unter [www.neustart-bildung-jetzt.de](http://www.neustart-bildung-jetzt.de) zu finden.

## **Über MESH Collective**

MESH Collective ist eine preisgekrönte Agentur für gesellschaftlichen Wandel, 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. MESH Collective ist Teil des pan-europäischen Medienunternehmens We Are Era (Bertelsmann), welches länder- und plattformübergreifend Talente, Inhalte und Reichweitenvermarktung unter einem Dach bündelt.

[www.meshcollective.de](http://www.meshcollective.de)