

# Protokoll MeStuta Duisburg 2025

Freitag, 21.11.2025:

## 9-11 Uhr Workshop-Fachschaftsarbeit:

Beim Workshop konnten sich die Teilnehmer nach Belieben in die verschiedenen Oberkategorien einteilen. Es gab die Kategorien: Kommunikation, Event, Finanzen, Hochschulpolitik. In diesen Gruppen konnten sich die verschiedenen Fachschaften über das Thema austauschen, im Anschluss hatten die Fachschaften ihre neuen Erfahrungen intern mit ihrer Fachschaft zu besprechen.

13-14.30 Uhr

Jonathan Brunner:

**Thema:** Interviews mit Jugendlichen im politischen Dokumentarfilm *Junge Herzen* (AT)

### Filmprojekt *Junge Herzen*

Der Film porträtiert Jugendliche in Deutschland 2025 zwischen Social Media, politischen Konflikten und Krisen. Ziel ist es, verschiedene Lebensrealitäten, Milieus und politische Haltungen wertfrei sichtbar zu machen. Jugendliche gelten dabei als besonders formbar und stark vom Umfeld geprägt.

---

### Ziel des Workshops

Anhand zweier Interviews mit Jugendlichen mit rechten Positionen wurde untersucht:

- wie man ambivalente Protagonist\*innen interviewt
- wie man im Schnitt respektvoll, aber kritisch mit widersprüchlichen Aussagen umgeht

---

### Wichtige Erkenntnisse zur Interviewführung

- Am Anfang offene, später konkretere Fragen stellen
- Zwischen Haltung, Gefühl und Fakten unterscheiden
- Widersprüche sichtbar machen
- Nach persönlichen Erfahrungen, Quellen und Umfeld fragen
- Jugendlichen Raum geben, aber Unklarheiten nicht stehen lassen

---

### Wichtige Erkenntnisse zur Montage

- Reihenfolge der Aussagen ist entscheidend

- Kindliche, persönliche Momente können helfen, die Person einzuordnen
  - Auf Werten statt auf politischen Parolen enden
  - Umfeld (Eltern, Freunde, Social Media) mitdenken
  - Unsicherheit und Widersprüche bewusst zeigen
- 

### Zentrale Herausforderung

Wie zeigt man eine junge Person fair, ohne sie falsch darzustellen – vor allem wenn unklar ist, wie reflektiert ihre Aussagen wirklich sind?

Danach eine 45-minütige Gruppenarbeitsphase:

**Material:** Interviewausschnitt eines 14-jährigen Jungen aus *Junge Herzen (AT)*

### Art der Fragen

Die Interviewführung ist stark **gefühls- und erfahrungsorientiert**:

- Einstieg über persönliche Fragen („Wie war dein Jahr?“, „Wie fühlst du dich?“)
- Übergang zu Politik über Alltag, Ängste und Medienkonsum
- Nachfragen zu Widersprüchen (z. B. Gleichwertigkeit vs. Gefühl der Benachteiligung)
- Themen: Nachrichtenquellen, Angst vor Kriminalität, Rolle Deutschlands, Wünsche für die Zukunft, Eltern und Umfeld

Die Fragen wechseln zwischen **sehr offen** und **sehr direkt**.

---

### Wichtige Beobachtungen zur Montage

- Körpersprache (z. B. Beinwackeln, Nervosität) macht sichtbar: **Es ist ein 14-Jähriger**
- Naher Bildaufbau (Jonathan mit im Bild) wirkt **empathisch und nicht verurteilend**
- Frontalbild nur vom Jungen wirkt schnell wie ein **Verhör**
- Wichtig ist, sichtbar zu lassen:
  - woher seine Meinungen kommen (Vater, Medien, Umfeld)
  - wie stark er von Erzählungen geprägt ist

Starke Aussagen wie „Ausländer würde ich abschieben“ müssen besonders **vorsichtig eingebettet** werden, weil sie das Bild stark prägen.

---

### Zentrale inhaltliche Erkenntnis

Der Junge übernimmt teilweise politische Phrasen (z. B. aus AfD-Diskursen), distanziert sich aber gleichzeitig davon – seine Haltung ist **widersprüchlich und unsicher**.

---

### Verpasste Chance

Ein wichtiger Widerspruch wurde nicht genug aufgegriffen:

Warum spricht er viel über Politik, obwohl er sagt, dass sie ihn eigentlich kaum betrifft?

### Venja Puhr:

Der Workshop von Venja Puhr beschäftigte sich mit den verschiedenen Rechtslagen in Medien. Sowohl Video als auch Audiorecht. Der Workshop sollte einen Crash-Kurs darin geben was man darf und was nicht.

### Reihnische Post Mediengruppe:

Der Vortrag von Henning Bulka beschäftigte sich mit der Mediengruppe der Reihnischen Post. Er erzählt über seinen Werdegang und die verschiedenen Möglichkeiten bei der Reihnischen Post. Nachdem Vortrag gab es noch eine kleine Q und A Runde in der Herr Bulka auf verschiedene Fragen der Teilnehmer antwortete.

## 14.45-16.15 Uhr

### What the Fakt?

Der Workshop von **Miriam Jagdmann** behandelte den Umgang mit **Fake News und Desinformation** in sozialen Medien. Die Teilnehmenden lernten die Unterschiede zwischen **Misinformation, Desinformation und Verschwörungsmythen** kennen und warum Falschmeldungen gefährlich sind – unter anderem, weil sie **Demokratie, Vertrauen in Medien und gesellschaftlichen Zusammenhalt** gefährden.

Es wurde gezeigt, **woran man Desinformation erkennt**, z. B. an reißerischen Schlagzeilen, starken Emotionen, fehlenden oder unseriösen Quellen und vereinfachten Erklärungen. Außerdem wurden **Fragen und Werkzeuge für den Faktencheck** vorgestellt, wie Quellenprüfung, Bilderrückwärtssuche, Zwei-Quellen-Prinzip und Webarchive. In praktischen Übungen überprüften die Teilnehmenden reale Online-Behauptungen auf ihren Wahrheitsgehalt.

### Storytelling im Raum – wie man narrative Installationen konzipiert

Anna Sophie Wagner

- Hochschule Furtwangen
- Design Interaktiver Medien M.A.

Einführung Storytelling im Raum

- Interaktiv, atmosphärisch
- Nicht-lineare Erzählung, Interaktion zwischen Raum und Besucher

- Elemente: Material, Raum, Licht, Schatten, Bewegung, Sound, Atmosphäre
- Abstrakte Themen übersetzen

#### Workshop

- Konzeptentwicklung: Begriff fühlen, Storykern finden, Raumidee finden
- Gruppenarbeit

Im Anschluss wurden die Konzepte vorgestellt.

#### Alternativprogramm:

Hier konnten Teilnehmer die an keinem Vortrag/ Workshop teilnehmen konnten zusammen verschiedene Spiele spielen und sich untereinander besser kennenlernen.

### Samstag 22.11.2025

11:45-12:45 Uhr

#### Wie gelingt gute Pressearbeit?

##### **Begrüßung:**

- Einstiegsfrage: Was ist den Teilnehmenden aus den
- Yasin Hinz stellt sich vor (Sprecher Fridays for Future)

##### **Ziele:**

- Kognitive Mechanismen hinter Viralität verstehen
- Social Media als Agenda Setter
- Rolle der Presse im digitalen Ökosystem
- Beispielvideos

##### **Input:**

- Warum wird geklickt? → Emotionen, Überraschung, Weltbilder bestätigen, Gruppen, Belohnungssystem, Inspiration,
- Logiken klassischer Presse:
  - Gatekeeping und Relevanzkriterien
  - Arbeitsweisen und Geschwindigkeit
  - Zielsetzung: Informieren, erhalten bestehender Machtstrukturen
  - Bedrohung durch KI
- Logiken von Social Media:
  - Dynamik und Algorithmus-Steuerung

- Nutzer\*innen als Agenda Setting (bottom-up)
- Zielsetzung: Engagement, Selbstdarstellung, Echtzeit-Kommunikation

#### Aktuelle Beispiele:

- „Stadtbild“-Debatte und Druck auf Friedrich Merz → öffentliche Rede, Teilnehmende verlassen Veranstaltungen mit ihm
- Violette Profilbilder, um auf Femizide in Südafrika aufmerksam zu machen → Nationaler Notstand durch den Präsidenten ausgerufen
- TikTok-Video über Videokameras auf Frauentoiletten der Universität Duisburg-Essen, anschließende Diskussion über Emotionen im Video

#### Gruppen-Arbeit:

- 3-4 Personen pro Gruppe, 20-25 Minuten
- Analyse, was zu Viralität bei Videos führt
- Analyseraster:
  - Wahrnehmungs-Trigger
    - Welcher Reiz hat Aufmerksamkeit ausgelöst?
    - Welche Emotion dominiert?
  - Kognitive Effekte:
    - Welche Biases wurden bedient?
    - Welche Narrative wurden bestätigt oder herausgefordert?
  - Algorithmische Effekte:
    - Schnelle Interaktionen?
    - Diskussionspotenzial?
    - Polarisierung?
  - Mediale Effekte
    - Warum wurden Journalist\*innen darauf aufmerksam?
    - Welche Frames in den Berichten auftauchen
    - Wie die Presse die Social-Media-Dynamik verstärkt oder entschärft

#### Ergebnisse der Gruppenarbeit

- Biases wurden bestätigt
- Diskussionspotenzial benannt und gesehen
- Image der Uni > Sicherheit der Studierenden

- Richtlinien der Uni, was Äußerungen angeht
- Video hat im Grundkonzept gegen TikTok-Algorithmen-Logik funktioniert
- Identische Übernahme von Text(-passagen) vom WAZ in andere klassische Printmedien
- Rückbezug in klassischen Medien auf Social Media Videos, Zeichen für enge Vernetzung und dass klassische Medien soziale als Quellen nutzen → in anderen Handlungskontexten ist Social Media keine
- Skandalisierung, hohe Emotionalität
- Narrativ stark, weil Vorfall rückschrittlich und nicht zeitgemäß wirkt
- Story bietet sich durch Narrative Strukturen (Gut/ Böse, Handlungsempfehlung) gut für Presse und Viralität an
- Linearität einer Nachricht

### **Beeinflussung von SNS auf Presse**

- „Themen von unten“ erreichen journalistische Ebenen, Grassroot (Möglichkeiten auch für Aktivistische Gruppen)
- Memes → Artikel → Talkshow
- Geschwindigkeit erzeugt Druck
- Öffentlichkeit baut Erwartungshaltungen

### **Strategien für die Praxis**

- Dateninformierte Social Media Nutzung
- Wahrnehmungspsychologie als Werkzeug
- Storytelling nach dem „Meaning First“-Prinzip
- Transparente Kommunikation
- Social Media als Frühwarnsystem

### **Zusammenfassung**

- Kognition + Algorithmus = Viralität
- Presse nutzt Social Media als Trendradar
- Beispielvideo zeigt Wirkungsmechanismus
- Social Media prägt heute öffentliche Debatte

### **Q&A**

- Peak von Fridays for Future vor einigen Jahren, was ist die aktuelle Strategie, um relevant zu bleiben?
  - FFF mittlerweile als politischer Akteur, sind bekannt, können öffentlichen Druck ausüben, kommunikative Lobby-Arbeit
- Was motiviert Aktivist\*innen von Fridays for Future?
  - Weg vom Shaming von Individuen (Grüner Fußabdruck, Jutebeutel), hin zu Kritik an Politik und Industrie
- FFF Deutschland im Vergleich von internationalen FFF Bewegungen, die intersektionell auftreten
  - Distanzierung von Greta Thunbergs Aussage, aber nicht von ihr als Person
  - Internationale FFF Bewegungen haben sich von deutscher FFF distanziert
  - Ausbleibende Kommunikation von FFF Deutschland zu Gaza
- Was sollten wir mitnehmen?
  - Kommunikationsbereitschaft: Kommunikation auch mit Parteien und Gruppierungen eingehen, die man nicht gut findet
  - Umgang mit Kritik, wie bsp. „Du hast nicht die Schule abgeschlossen oder Studiert, was weißt du?“, Verantwortung liegt in der Politik, Druck kommt aus der Öffentlichkeit und von aktivistischen Gruppen
  - Druck ausüben auf Verantwortliche
- Wo sind FFF vertreten? Gremien? Parteien?
  - Nein, freiwillig und öffentliche Partizipation als Druckmittel
  - Aktivist\*innen als Privatpersonen, die auch in Gremien auftreten können
  - Organisiert in Arbeitsgruppen
  - Koordination mit anderen Gruppen, NGOs und Parteien; aber keine Zusammenarbeit
- Verbindung zur Letzten Generation
  - Ähnliche Ziele, andere Strategie
  - Akzeptanz für Fridays for Future gesunken seit der Letzten Generation
  - „Image“ von Klimaaktivist\*innen hat sich gewandelt
- Kommunikationsstrategien mit nicht Gut-Gesandten

Nur möglich, wenn Gegenseite auch Diskurs möchte

## Falschinformationen und deren Bekämpfung

Nicole Krämer

- Professorin an der Uni
- Falschinformation und deren Bekämpfung
  - Habt ihr schonmal Desinformationen gesehen?
    - Ki generierte Videos
    - Erde ist eine Scheibe (lowkey true)
- Two Step-Flow (Theorie)
- Influencer können auch Fake-News verbreiten
  - Haben Sie Auswirkungen von Desinformationen erlebt?
    - Corona Pandemie (Massenwirkung/ Proteste)
    - Artikel 13 (sehr aufgebläht)
- Beispiele:
  - Pizza Gate, Wahlkampf, Theorie gegen Hillary Clinton
  - Mama von Poldi, Paracetamol ist schädlich
- 4 Themen:
  - Was ist Desinformation?
  - Was ist das große Problem?
  - Wie wirkt Desinformationen?
- “Fake News”
  - Irreführende Inhalte- Falsche Inhalte, Irreführende Überschriften und Zusammenhänge
  - “Disinformation is nonaccidentally misleading information”
- Verbreitung:
  - Soziale Medien als Treiber
  - Verbreitung in homogenen Nutzerkreisen online
  - Social Bots
- Wie groß ist das Problem?
  - Eher kleinere “Fake News” mit überschaubarer Reichweite

- Falschemeldungen verbreiten sich in sozialen Medien schneller und häufiger als wahre Meldungen; besonders politische Themen
  - Verbreitung durch Menschen, nicht Bots
  - Insbesondere Neuartigkeit wird als relevanter Faktor hergestellt
- Wie wirkt Desinformation?
  - Schlimmer als man denkt (psychologischer Ansatz)
  - Was ist an Desinformationen gefährlich?
    - Eine einmal verarbeitete Information ist nur sehr schwer nachträglich zu korrigieren
    - Falschinformationseffekt/ continued influence effect
    - Nachträgliche Korrektur ist nicht wirksam
    - Empirisch bestätigt: Informationen werden in bestehende Strukturen und Erklärungsmodelle plausibel
  - Einfluss des eigenen Weltbilds
  - Das weltbild eines Menschen bestimmt wie Nachrichten ausgewählt, interpretiert und erinnert werden
  - Selective Exposure / Confirmation Bias
- Psychologischen Faktoren und Personenmerkmale
  - Desinformationen wirken glaubwürdiger für ...
    - Menschen mit positiver Einstellung zum Thema der Desinformation
    - Menschen mit niedrigem Bedürfnis sich mit kognitiv anspruchsvollen Inhalten auseinanderzusetzen
    - Ältere Menschen
    - Menschen mit rechtsgerichteter politischer Orientierung
- Wiederholungs als gefährdender Faktor
  - Experiment zur Vertrautheit von Nachrichten
    - Kennenlern-Phase
    - Ablenkungs-Phase
    - Beurteilungs-Phase
- Warum sind Deep Fakes evtl. Noch gefährlicher?
  - Evolutionär bedingt glauben wir, was wir mit eigenen Augen sehen
  - Erst, wenn es einen Grund gibt, wird hinterfragt
  - System versagt in heutiger Medienlandschaft

- Gefahr, dass glaubwürdigen Quellen nicht mehr vertraut wird
- Indizien dafür?

## Design your own Merch?

Johanna Schatz hielt diesen Workshop in dem die Teilnehmenden verschiedene Ideen kreieren konnten und sich untereinander Feedback geben konnten. Dazu hat Frau Schatz auch selbst Feedback und verschiedene Ideen Anstöße.

## Feedback

| Wer                        | Feedback                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Jonathan Brunner:</b>   | Spannendes Thema: Beobachtet Dokumentation<br><br>Kamera Einstellungen, verschiedene Blickwinkel betrachtet                                                                                    |
| <b>Venja Puhr:</b>         | Gerne mal ein Workshop in Video und Audiorecht                                                                                                                                                 |
| <b>Rheinische Post:</b>    | Person selbst war sehr interessant, sein werdegang<br><br>Bisschen langweiliges Thema, wenn man schonmal sich mit der Post beschäftigt hat<br><br>Guter gesamt eindruck,                       |
| Correctiv:                 | Leider an einem Punkt aufgehört an dem es grade spannend wird<br><br>Grundkenntnisse wäre gut wenn diese gegeben wären<br><br>Forschungsüberblick, sehr interessant                            |
| <b>Anna-Sophia-Wagner:</b> | Schöner bruch das man aktiv was machen konnte<br><br>Sehr viel interpretations spielraum<br><br>Der kreative aspekt wurde besser belichtet<br><br>Keine spezifischen Vorgabe und viel freiraum |
| <b>Fridays for Future:</b> | Beeindruckende Person, sehr jung                                                                                                                                                               |
| <b>Nicole Krämer:</b>      | Leider bisschen wenig über ihre eigene Forschungs geredet,                                                                                                                                     |

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Johanna Schatz:</b>   | <p>War mal was anderes, mal zeit dafür haben über Fachschaftsmerch zu reden</p> <p>Bisschen viele Leute für den Workshop</p>                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Kai Hederat:</b>      | <p>Sehr locker und lässig rübergebracht</p> <p>Sehr bereichernd</p>                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Vereinsworkshop:</b>  | <p>Bisschen Werbung, aber vollkommen in Ordnung</p> <p>Cool nochmal was praktisches zu machen</p> <p>Leider keine Beispiele</p> <p>Anhand eines vorgegebenen beispiels, bisschen wenig eigeninitiative möglich</p>                                                                                                                                |
| <b>Lilly Temme:</b>      | Vieles gelernt und gutes Feedback                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Peter Korfmacher:</b> | <p>Sehr viel geredet, hatte vorlesungs vibes</p> <p>Wollte eigentlich ins gespräch kommen mit den MeStuTis, aber sehr monologisch</p> <p>Keine Folien, hat sich bisschen gezogen</p> <p>Thematische nicht das interessanteste Thema</p> <p>Man hat den draht verloren</p> <p>Klar seine Meinung formuliert, im vergleich zur reihnischen post</p> |