



WIR SAGEN NEIN ZU MOBBING

Ein ganzes Land hält zusammen

SENSIBILISIERUNGSKAMPAGNE UMSETZUNGSHANDBUCH



#GEMEINSAMSTARKGEGENMOBBING

Leitfaden zur Umsetzung einer lokalen Anti-Mobbing Kampagne durch Schulen, Einrichtungen der offenen Jugendarbeit, Betrieben, Gemeinden, Sozialsprengel, Gewerkschaften und andere öffentlicher und privater Einrichtungen.

DANKE

Im Namen unseres gesamten Teams möchten wir uns herzlich bei allen bedanken, die unsere Anti-Mobbing-Kampagne unterstützen.

Danke für euren Mut, eure Offenheit und euren Einsatz für mehr Respekt, Zusammenhalt und Menschlichkeit.

Gemeinsam setzen wir ein Zeichen gegen Ausgrenzung und für ein besseres Miteinander.

Ein besonderer Dank geht an

Vorstand des Jugendtreff Partschins INSIDE EO

Autonome Provinz Bozen

Südtiroler Landtag

Gleichstellungsrätin Brigitte Hofer

Kinder- und Jugendanwältin Daniela Höller

Südtiroler Gemeindenverband Genossenschaft

netz | Dachverband Offene Jugendarbeit

Sandra Steck, Jasmin Pichler, Manuel Rederlechner

Impressum

© 2026 Jugendtreff Partschins INSIDE EO

Zehentstraße 63B

39020 Partschins

www.jugendtreff-partschins.net

E-Mail: info@jugendtreff-partschins.net

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	4
2. Träger und organisatorischer Rahmen.....	4
3. Grundstruktur der Kampagne.....	5
4. Vorbereitung der Kampagne	6
5. Auftakt der Kampagne.....	6
6. Die Videokampagne.....	7
7. Pädagogische Workshops	7
8. Gemeinschaftliche Aktionen	8
9. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.....	9
10. Nachhaltigkeit und Evaluation.....	10
11. Ressourcen und Budget	10
Mögliche Partner:innen und Anlaufstellen	11
Weitere Infos / Ansprechpersonen	12
JAHRESABLAUFPLAN	13
Übersicht.....	13
Phase 1: Vorbereitung & Planung (Oktober – Dezember)	13
Phase 2: Kampagnenstart & Auftakt (Januar – März).....	14
Phase 3: Sichtbare Aktionen & Gemeindeveranstaltungen (April – Juni).....	14
Phase 4: Vertiefung & Nachhaltigkeit (Juli – September)	15
Grafisches Material.....	16
Aufbau Video-Reels	17
Liedtext.....	18

1. Einleitung

Mobbing ist ein gesellschaftliches Problem, das sich nicht auf einzelne Orte oder Altersgruppen beschränkt. Es begegnet uns in Schulen, im digitalen Raum, in Vereinen und am Arbeitsplatz. Die Folgen können für Betroffene schwerwiegend sein. Ausgrenzung, wiederholte Kränkungen und soziale Isolation können zu tiefen emotionalen Verletzungen führen und das Vertrauen in sich selbst und andere nachhaltig erschüttern. Gleichzeitig ist Mobbing nicht nur ein isoliertes Verhalten, sondern kann auch ein Gruppengeschehen sein. Es findet in sozialen Systemen statt, in denen Menschen zuschauen, schweigen oder eingreifen.

Genau an diesem Punkt setzt die Kampagne **#GemeinsamStarkGegenMobbing** an. Sie verfolgt die Idee, dass Prävention nicht allein Aufgabe von Schule oder Familie ist, sondern von der **gesamten Gemeinschaft** getragen werden muss. Wenn eine Gemeinde als Ganzes eine klare Haltung zeigt und sichtbar für Respekt und Zusammenhalt eintritt, entsteht eine soziale Kultur, in der Mobbing weniger Raum hat.

Dieses Umsetzungshandbuch dient als praktische Orientierung für Organisationen, die die Kampagne in ihrem Umfeld durchführen möchten. Es beschreibt die grundlegende Struktur der Initiative und zeigt auf, wie verschiedene Maßnahmen miteinander verbunden werden können. Ziel ist es, eine Kampagne zu schaffen, die nicht nur kurzfristige Aufmerksamkeit erzeugt, sondern langfristig das soziale Klima im Umfeld positiv beeinflusst.

2. Träger und organisatorischer Rahmen

Die Kampagne ist bewusst so gestaltet, dass sie von unterschiedlichen lokalen Einrichtungen umgesetzt werden kann. Besonders geeignet sind Organisationen, die bereits im Bereich der Kinder-, Jugend-, Erwachsenen- oder Sozialarbeit tätig sind. Dazu gehören Einrichtungen der offenen Jugendarbeit, Schulen, Gemeinden, Vereine, Institutionen, Betriebe, Gewerkschaften, Sozialsprengel, Auch Kooperationen zwischen mehreren Einrichtungen sind sehr sinnvoll, da sie unterschiedliche Kompetenzen zusammenbringen und die Reichweite erhöhen.

Idealerweise wird zu Beginn eine kleine Projektgruppe gebildet, die die Planung und Umsetzung koordiniert. Diese Gruppe sollte aus Personen bestehen, die sowohl organisatorische als auch pädagogische Erfahrung mitbringen. Häufig sind dies Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Jugendarbeit, Vertreterinnen und Vertreter der

Gemeinde sowie Personen aus dem schulischen oder sozialen Umfeld. Für eine klare und effiziente Umsetzung empfiehlt sich eine Rollenverteilung innerhalb der Projektgruppe:

- Projektleitung (Gesamtkoordination)
- Öffentlichkeitsarbeit (Social Media und Medien)
- Workshop-Koordination
- Partnerkoordination
- Dokumentation und Evaluation

Je nach Größe der Gemeinde können mehrere Aufgaben von einer Person übernommen werden.

Die Projektgruppe übernimmt die zentrale Steuerung der Kampagne. Sie plant den zeitlichen Ablauf, koordiniert die Kommunikation mit Partnern und sorgt dafür, dass die verschiedenen Bausteine der Kampagne miteinander verbunden werden. Besonders wichtig ist es, frühzeitig Kontakt zu Schulen, Vereinen und lokalen Institutionen aufzunehmen, da diese später eine wichtige Rolle in der öffentlichen Wahrnehmung der Kampagne spielen.

3. Grundstruktur der Kampagne

Die Kampagne verbindet öffentliche Sensibilisierung mit konkreter Bildungsarbeit. Während die öffentliche Kommunikation das Thema sichtbar macht und viele Menschen erreicht, sorgen Workshops und pädagogische Angebote dafür, dass Inhalte vertieft und Kompetenzen aufgebaut werden.

Die ideale Struktur der Kampagne besteht aus **drei zentralen Bereichen**:

- eine Videokampagne mit ca. einem Dutzend Videos (nach oben kein Limit) mit lokalen Persönlichkeiten, Vereinen, Organisationen, Betrieben, aber auch Privatpersonen, Bildungseinrichtungen, ...
- pädagogische Workshops zur Stärkung von Resilienz und sozialer Kompetenz für verschiedene Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Erwachsene, Senioren)
- mindestens eine gemeinschaftliche Aktion im öffentlichen Raum

4. Vorbereitung der Kampagne

Die Vorbereitungsphase ist entscheidend für den Erfolg der Initiative. In dieser Zeit werden die organisatorischen Grundlagen geschaffen und erste Partner eingebunden. In der Regel ist eine Vorbereitungszeit von zwei bis vier Monaten sinnvoll.

In dieser Phase definiert die Projektgruppe Ziele, Zielgruppen und zentrale Inhalte der Kampagne. Anschließend wird festgelegt, welche Kommunikationskanäle genutzt werden sollen und welche lokalen Institutionen als Partner gewonnen werden können. Schulen, Vereine, Betriebe und kulturelle Einrichtungen sollten frühzeitig informiert und aktiv miteinbezogen werden.

Ein weiterer wichtiger Schritt in dieser Phase ist die Auswahl von lokalen Persönlichkeiten, die bereit sind, sich öffentlich gegen Mobbing zu positionieren. Menschen mit hoher sozialer Sichtbarkeit können eine starke Vorbildfunktion übernehmen und helfen, die Botschaft der Kampagne weit über den unmittelbaren Kreis der Jugendarbeit hinaus zu verbreiten.

Auch erste organisatorische Rahmenbedingungen werden geklärt, etwa Budget, Zuständigkeiten und Zeitplan.

5. Auftakt der Kampagne

Der offizielle Start der Kampagne erfolgt durch ein **Auftaktvideo der Projektgruppe oder eine öffentliche Präsentation**. Dieses erste Video erklärt die Idee des Projekts und lädt zur Beteiligung am Projekt ein.

Im Mittelpunkt steht eine klare Botschaft, die Gemeinschaft positioniert sich sichtbar gegen Mobbing und setzt ein Zeichen für Respekt und Zusammenhalt. Der Kampagnenslogan lautet:

„Wir sagen NEIN zu Mobbing – Ein ganzes Land hält zusammen.“

Begleitet wird diese Botschaft durch den Hashtag **#GemeinsamStarkGegenMobbing**, der in allen Beiträgen der Kampagne verwendet wird. Durch diese gemeinsame Kennzeichnung entsteht eine digitale Sammlung von Beiträgen, die das Engagement der Gemeinde sichtbar macht.

6. Die Videokampagne

Zentrales Element des Projekts ist eine Videoreihe, in der Persönlichkeiten, Vereine, Betriebe und Institutionen, aber auch einzelne Bürger:innen eine kurze Botschaft gegen Mobbing veröffentlichen.

Diese Videos sollten mit Social Media-tauglichem Format produziert werden und sind maximal 40 Sekunden lang. Sie bestehen aus einer kurzen Intro-Sequenz mit Logo und Slogan sowie einer persönlichen Botschaft. Am Ende des Videos erscheint der Hashtag der Initiative.

Als Richtwert gelten ca. ein Dutzend Beiträge. Die Veröffentlichung erfolgt regelmäßig über mehrere Wochen hinweg.

Ein besonderer Fokus liegt auf der Einbindung junger Menschen. Kinder- und Jugendbeiräte können aktiv in Planung, Produktion und Verbreitung eingebunden werden.

7. Pädagogische Workshops

Neben der öffentlichen Kommunikation ist die pädagogische Arbeit ein wesentlicher Bestandteil der Kampagne. Workshops bieten die Möglichkeit, das Thema Mobbing in geschützten Lernräumen zu bearbeiten und konkrete Handlungskompetenzen zu vermitteln.

Zur besseren Umsetzbarkeit wird zwischen Kernangeboten und optionalen Erweiterungen unterschieden.

Kernangebote:

- Workshops in Schulen, am Arbeitsplatz,...
- Mindestens ein Angebot für Erwachsene

Optionale Erweiterungen:

- Zusätzliche Jugendangebote
- Vereinsarbeit
- Angebote für Seniorinnen und Senioren

Beispiele:

Die Inhalte der Workshops werden an die jeweilige Altersgruppe angepasst. In der **Grundschule** liegt der Schwerpunkt auf Empathie, dem Erkennen von Gefühlen und dem Mut, füreinander einzustehen. Kinder lernen spielerisch, dass Ausgrenzung verletzend sein kann und dass es wichtig ist, anderen zu helfen.

Bei **Jugendlichen in Mittel- und Oberschulen** rücken Themen wie Gruppendruck, Cybermobbing und Selbstwert stärker in den Mittelpunkt. Hier geht es darum, soziale Dynamiken zu verstehen und Verantwortung für das eigene Verhalten in Gruppen zu übernehmen. Die Jugendlichen werden ermutigt, Zivilcourage zu zeigen und sich aktiv gegen Ausgrenzung einzusetzen.

Ein weiterer wichtiger Bereich sind **Workshops für Erwachsene**, insbesondere im beruflichen Kontext. Mobbing kann auch in Teams und Organisationen auftreten und dort zu erheblichen Konflikten führen. In diesen Workshops werden typische Formen von Mobbing am Arbeitsplatz thematisiert und Möglichkeiten aufgezeigt, wie eine respektvolle Konfliktkultur aufgebaut werden kann.

Auch **Seniorinnen und Senioren** spielen eine wichtige Rolle im sozialen Gefüge einer Gemeinde und sollten deshalb in die Kampagne einbezogen werden. In Workshops oder Gesprächsrunden mit älteren Menschen kann thematisiert werden, wie Ausgrenzung, Gerüchte oder respektloser Umgang auch im späteren Lebensalter auftreten können – etwa in Vereinsstrukturen, Nachbarschaften oder sozialen Treffpunkten. Gleichzeitig bieten diese Begegnungen die Möglichkeit, die Erfahrungen und Lebensweisheiten älterer Generationen einzubringen. Senior:innen können wertvolle Impulse zu Themen wie Respekt, gegenseitige Unterstützung und Verantwortung in der Gemeinschaft geben. Solche Veranstaltungen fördern den Dialog zwischen Generationen und stärken das Bewusstsein dafür, dass ein respektvolles Miteinander Menschen jeden Alters betrifft.

8. Gemeinschaftliche Aktionen

Um die Kampagne stärker im öffentlichen Raum zu verankern, soll abschließend noch mindestens **eine gemeinschaftliche Aktion** organisiert werden. Solche Veranstaltungen bieten die Möglichkeit, das Thema Mobbing sichtbar zu machen und Menschen aus unterschiedlichen Bereichen der Gemeinde zusammenzubringen. Gleichzeitig stärken sie das Gemeinschaftsgefühl und zeigen, dass viele Menschen gemeinsam Verantwortung für ein respektvolles Zusammenleben übernehmen.

- **Gestaltung einer Wand im Gemeindegebiet:** Jugendliche, Schulen, Vereine oder die Gemeindeverwaltung gestaltet eine Wand. Gerade bleibende Elemente im öffentlichen Raum haben eine starke Wirkung, weil sie die Werte der Kampagne langfristig sichtbar halten und immer wieder zum Nachdenken anregen.

- Organisation eines „**Aktionstages gegen Mobbing**“ in verschiedenen sozialen Kontexten wie Schulen, Unternehmen, Vereinen oder Gemeinden: Bei einer solchen Veranstaltung können Informationsstände, kurze Vorträge oder Workshops angeboten werden. Auch kulturelle Beiträge oder Jugendprojekte können Teil des Programms sein, um das Thema niederschwellig und zugänglich zu vermitteln.
- **Podiumsdiskussion zum Thema Mobbing:** Fachpersonen aus unterschiedlichen Bereichen kommen miteinander ins Gespräch, eine moderierte Diskussion bietet Raum, über Ursachen von Mobbing, Präventionsmöglichkeiten und die Verantwortung der Gesellschaft zu sprechen und trägt dazu bei, das Thema öffentlich zu enttabuisieren.
- **Schulische Projekte:** Kinder und Jugendliche können beispielsweise Plakate gestalten, kurze Videos produzieren oder Theaterstücke zum Thema Zusammenhalt entwickeln. Solche Projekte stärken nicht nur das Verständnis für das Thema, sondern fördern auch die aktive Beteiligung junger Menschen und geben ihnen die Möglichkeit, ihre eigenen Gedanken und Erfahrungen einzubringen.

Grundsätzlich sind der Kreativität bei der Gestaltung solcher Aktionen kaum Grenzen gesetzt. Denkbar sind gemeinschaftliche Kunstprojekte, Installationen im Gemeindezentrum, kreative Aktionen auf Schulhöfen oder Beiträge im Rahmen bestehender Gemeindeveranstaltungen. Welche Maßnahmen umgesetzt werden können, hängt natürlich auch von den verfügbaren finanziellen Mitteln und organisatorischen Ressourcen ab. Wichtig ist dabei weniger die Größe einer Aktion als vielmehr die Botschaft dahinter: **Wenn Menschen gemeinsam aktiv werden und sichtbar Haltung zeigen, entsteht ein starkes Zeichen gegen Mobbing und für ein respektvolles Miteinander.**

9. Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Eine erfolgreiche Kampagne lebt von ihrer Sichtbarkeit und Wiedererkennbarkeit. Deshalb ist es wichtig, **verschiedene Kommunikationskanäle** zu nutzen. Neben sozialen Medien spielen auch klassische lokale Medien eine wichtige Rolle. Gemeindeblätter, regionale Zeitungen oder Radiosender können helfen, die Botschaft der Kampagne einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Besonders wirkungsvoll ist es, wenn viele unterschiedliche Organisationen dieselbe Botschaft teilen. Wenn Vereine, Betriebe und Institutionen Beiträge

veröffentlichen oder Videos teilen, entsteht ein starkes gemeinsames Signal: das gesamte Umfeld steht geschlossen gegen Mobbing.

Die Kampagne arbeitet mit einer klaren visuellen Linie in den Farben **Gelb und Blau**, die sich durch alle Materialien zieht.

In den Videos sollten, wo möglich, immer Kooperations-Partner verlinkt werden, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und ein breiteres Publikum zu erreichen.

10. Nachhaltigkeit und Evaluation

Damit die Kampagne langfristige Wirkung entfalten kann, sollte sie nicht als einmalige Aktion verstanden werden, sondern als Impuls, das Thema Respekt, Empathie und soziale Verantwortung stärker in das Bewusstsein der Gemeinschaft zu rücken.

Ein wichtiges Ziel der Initiative ist es, die während der Kampagne entstandenen Kontakte und Kooperationen zwischen Jugendarbeit, Schulen, Vereinen, Betrieben und sozialen Einrichtungen zu stärken. Durch diesen Austausch können auch in Zukunft weitere Projekte oder Aktionen entstehen, die sich mit einem respektvollen Miteinander beschäftigen.

Langfristig soll die Kampagne dazu beitragen, dass im gesamten Umfeld sensibler mit Themen wie Ausgrenzung, Konflikten und gegenseitigem Respekt umgegangen wird. Wenn Menschen offener über solche Themen sprechen und **Verantwortung füreinander übernehmen, entsteht ein Umfeld, in dem Mobbing schneller erkannt und eher angesprochen werden kann.**

Evaluationskriterien:

- Anzahl Videobotschaften
- Anzahl Workshops
- Anzahl umgesetzte Aktionen
- Anzahl der Teilnehmenden
- Reichweite
- Beteiligte Partner:innen
- Feedback

11. Ressourcen und Budget

Für eine optimale Umsetzung der weiteren Kampagnenaktionen sollten grundlegende Ressourcen eingeplant werden:

- Honorare für Referent:innen für Workshops
- Druckkosten für eventuelles Infomaterial
- Veranstaltungs- und Materialkosten für Aktionen im öffentlichen Raum

Die Kampagne ist auch mit begrenzten Mitteln umsetzbar, insbesondere durch Kooperationen. Fördermöglichkeiten sollten geprüft werden.

Mögliche Partner:innen und Anlaufstellen

In Südtirol gibt es eine Reihe von geeigneten Referenten, Organisationen und Fachstellen, die **Workshops** zu Themen wie **Mobbing, Cybermobbing, Resilienz, Gewaltprävention und Konfliktkultur** anbieten.

Zu den zentralen Anlaufstellen zählen zunächst das **Büro der Gleichstellungsrätin Südtirol** und die **Kinder- und Jugendanwaltschaft Südtirol**. Die Gleichstellungsrätin ist insbesondere Ansprechpartnerin für Themen wie Mobbing, geschlechtsspezifische Diskriminierung, Belästigung und Gewalt in der Arbeitswelt. Sie unterstützt Betroffene durch Beratung und bietet Vorträge, Workshops, Weiterbildungen sowie Sensibilisierungsveranstaltungen für Unternehmen, Organisationen und öffentliche Verwaltungen an. Die Kinder- und Jugendanwaltschaft Südtirol setzt den Schwerpunkt auf **Kinderrechte, Konflikte im schulischen oder außerschulischen bzw. familiären Bereich und Gewaltprävention**. Sie bietet Vorträge, Workshops und Sensibilisierungsarbeit an, die sich besonders für Veranstaltungen in Bildungseinrichtungen und Einrichtungen der Jugendarbeit, Podiumsdiskussionen oder öffentliche Informationsveranstaltungen eignen.

Das **Forum Prävention** ist ein wissenschaftsbasiertes und innovatives Kompetenzzentrum für Prävention und Gesundheitsförderung in Südtirol. Mit vielfältigen Maßnahmen, Projekten sowie Bildungs-, Beratungs- und Sensibilisierungsangeboten entwickeln und realisieren die Fachstellen des Forums Prävention bedarfsgerechte Angebote für verschiedene Zielgruppen. Die **Fachstelle Gewaltprävention** verfügt über fachliche Expertise zu unterschiedlichen Formen von Gewalt und deren Prävention. Zu ihren Schwerpunkten zählen unter anderem die Prävention von Mobbing und Cybermobbing, Diskriminierung, Gewalt in digitalen Lebenswelten sowie Extremismus.

Im Bereich der Mobbing- und Cybermobbingprävention bietet die Fachstelle Bildungsveranstaltungen sowie Erstberatung an und unterstützt Einrichtungen, Vereine sowie weitere engagierte Menschen bei der Entwicklung und Umsetzung entsprechender Präventionsprojekte.

Für Themen rund um **Medienkompetenz und Cybermobbing** ist die Fachstelle **young&direct** eine wichtige Anlaufstelle. Sie vermittelt Inhalte wie den sicheren Umgang mit sozialen Medien, die Erkennung von Cybermobbing und Online-Zivilcourage. Zielgruppen sind Mittelschulen, Oberschulen und Elternabende.

Die **Psychologenkammer** der Provinz Bozen vermittelt spezialisierte Psychologinnen und Psychologen, die Erfahrung mit Mobbingprävention und Konfliktmanagement haben.

Darüber hinaus können **Schulsozialarbeit und Präventionsfachkräfte direkt in Schulen** eingebunden werden. Viele Schulen in Südtirol arbeiten regelmäßig mit diesen Fachkräften zusammen, die Workshops zu Mobbing, Konfliktverhalten oder sozialer Kompetenz durchführen. Diese Angebote eignen sich für Grund- und Mittelschulen sowie für Klassenworkshops.

Für eine erfolgreiche Umsetzung der Kampagne empfiehlt es sich, eine Mischung aus pädagogischen Fachstellen und lokalen Referent:innen zu nutzen. So könnten zum Beispiel Grundschulen von Angeboten des Forum Prävention und der Schulsozialarbeit profitieren, Jugendliche von Workshops durch young&direct oder **individuellen Referent:innen** begleitet werden, während Erwachsene und Betriebe durch die Gleichstellungsrätin und Psychologinnen oder Psychologen angesprochen werden. Bei Gemeindeveranstaltungen oder Podiumsdiskussionen ist es sinnvoll, mehrere Organisationen gleichzeitig einzubinden, um verschiedene Perspektiven sichtbar zu machen und die Wirkung der Kampagne zu verstärken.

Auf diese Weise wird sichergestellt, dass die Kampagne sowohl fachlich fundiert ist als auch eine breite öffentliche Wirkung entfaltet und Menschen aller Altersgruppen erreicht.

Weitere Infos / Ansprechpersonen

Jugendtreff Partschins „Inside“ EO

Zehentstraße 63/B - 39020 Partschins

T.: 379 1872300 – E-Mail: info@jugendtreff-partschins.net

JAHRESABLAUFPLAN

Anti-Mobbingkampagne

#GemeinsamStarkGegenMobbing

Übersicht

Die Arbeitsgruppe kann den Jahres- und Arbeitsplan flexibel den eigenen Bedürfnissen anpassen, die Kampagne kann jederzeit starten und einen anderen Startmoment bzw. Aufbau haben.

- Oktober – Dezember: Projektteam bilden, Budget & Partner sichern, Workshopplanung, Auftaktvideo vorbereiten, ggf. eigene Materialien erstellen.
- Januar: Auftaktvideo, erste Partner-Videobeiträge, Workshops Grundschule starten.
- Februar: Workshops Mittel- und Oberschule, Elternabende, Social-Media-Stories.
- März: Workshops Erwachsene und Senior:innen, Vorbereitung Wandgestaltung, Start der ersten Sichtbaren Aktionen.
- April: Podiumsdiskussion, Planung Aktion im öffentlichen Raum starten, Videobeiträge fortsetzen.
- Mai: Aktion im offenen Raum fertigstellen, Gemeindetag vorbereiten, Medienarbeit.
- Juni: Gemeindetag durchführen, Dokumentation & Social Media.
- Juli – August: Zwischen-Evaluation, kleine Social-Media-Impulse, Planung nächster Zyklus.
- September: Abschlussbericht, Lessons Learned, Vorbereitung für nachhaltige Integration in Schule und Vereine.

Phase 1: Vorbereitung & Planung (Oktober – Dezember)

Die Kampagne beginnt mit der Planungsphase im **Oktober**, sodass alle Materialien, Partner und Workshopformate für einen Start im Januar vorbereitet sind. In dieser Phase bildet sich das Projektteam bestehend aus verschiedenen Akteur:innen wie z.B. Jugendeinrichtungen, Gemeindevertreterinnen und -vertretern, Schulsozialarbeit, lokalen Vereinen und weiteren Partner:innen. Gemeinsam werden Ziele, Zielgruppen, Ressourcen und Verantwortlichkeiten festgelegt. Parallel werden Fachstellen und Referentinnen bzw. Referenten kontaktiert (z. B. das Büro der Gleichstellungsrätin,

die Kinder- und Jugendanwaltschaft, das Forum Prävention, young&direct sowie die Psychologenkammer.)

In Oktober und November wird der Workshopplan konkret ausgearbeitet. Die Inhalte werden altersgerecht für Grundschulen, Mittel- und Oberschulen, Erwachsene, Betriebe und Senior:innen angepasst. Außerdem werden die ersten Gemeinschaftsaktionen wie z.B. eine Wandgestaltung, Podiumsdiskussion oder ein „Gemeindetag gegen Mobbing“ vorbereitet. Materialien für die Öffentlichkeitsarbeit, Flyer, Poster, Hashtag-Grafiken und Leitlinien für Videobeiträge werden erstellt, und die teilnehmenden Schulen, Vereine und Betriebe werden eingebunden. Im Dezember erfolgt das Briefing der Referent:innen, ein Probedreh für das Auftaktvideo und die finale Abstimmung des Kommunikationsplans.

Phase 2: Kampagnenstart & Auftakt (Januar – März)

Die Kampagne startet offiziell im Januar mit der Veröffentlichung des Auftaktvideo der Arbeitsgruppe. Parallel werden die ersten Videobeiträge der Partner veröffentlicht, sodass das Thema wöchentlich sichtbar bleibt. Gleichzeitig beginnen die Workshops für Grundschulen, in denen Kinder spielerisch lernen, Empathie zu entwickeln, Gefühle zu erkennen und Mut zu zeigen, füreinander einzustehen.

Im Februar folgen die Workshops an Mittel- und Oberschulen, die Themen wie Gruppendruck, Cybermobbing, Selbstwert und Zivilcourage behandeln. Auch Elternabende werden durchgeführt, um die Sensibilisierung auf Familie und Umfeld zu erweitern.

Im März werden Workshops für Erwachsene und Betriebe angeboten, die Mobbing am Arbeitsplatz thematisieren, Konfliktkultur fördern und präventive Maßnahmen vorstellen. Senioren-Workshops oder Gesprächsrunden beginnen parallel, um Ausgrenzung, respektvollen Umgang und Generationendialog zu thematisieren. Außerdem wird die Planung für die erste größere gemeinschaftliche Aktion, z. B. Wandgestaltung, abgeschlossen.

Phase 3: Sichtbare Aktionen & Gemeindeveranstaltungen (April – Juni)

Ab April wird die Podiumsdiskussion durchgeführt, bei der Fachpersonen, Eltern, Jugendliche und Vereinsvertreter*innen über Ursachen von Mobbing,

Präventionsmöglichkeiten und gesellschaftliche Verantwortung diskutieren. Gleichzeitig beginnt die Umsetzung der Wandgestaltung, die die Botschaft der Kampagne dauerhaft sichtbar macht.

Im Mai werden Wandgestaltung und andere kreative Aktionen abgeschlossen und öffentlich enthüllt. Die Vorbereitungen für den Gemeindetag gegen Mobbing laufen parallel. Der Gemeindetag, der im Juni stattfindet, bringt Workshops, Infostände, kulturelle Beiträge, Musik und kreative Aktionen zusammen. Die Veranstaltungen werden dokumentiert und auf Social Media sowie in lokalen Medien geteilt.

Phase 4: Vertiefung & Nachhaltigkeit (Juli – September)

Im Juli erfolgt eine Zwischenevaluation: Feedback von Schulen, Betrieben, Vereinen und Teilnehmenden wird gesammelt und dient der Optimierung der Workshops und Aktionen. Im August werden über Social Media weiterhin kleine Impulse und Rückblicke auf die bisherigen Aktionen veröffentlicht. Gleichzeitig beginnt die Planung für die nächste Runde der Kampagne.

Im September wird die Kampagne abschließend evaluiert. Ein Bericht fasst Wirkung, Erfahrungen und Lessons Learned zusammen und liefert Empfehlungen zur Integration der Workshops, Videobeiträge und Aktionen in Schul- und Vereinsarbeit. So wird die Initiative nicht nur einmalig sichtbar, sondern etabliert langfristig eine Kultur des Zusammenhalts, Respekts und Hinschauens in der Gemeinde.

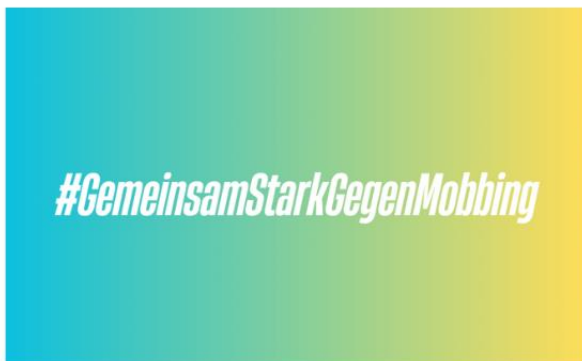
Grafisches Material



Intro Video, Variante "Stadt" - "città"



Intro Video, Variante "Land" - "territorio"

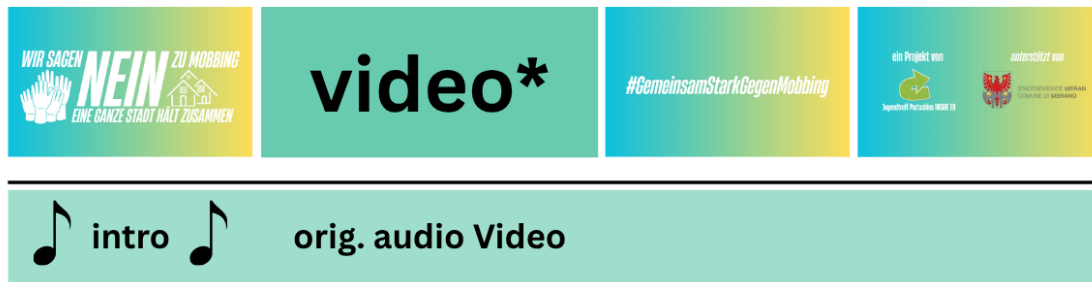


Hashtag nach Ende Videobeitrag, hashtag fine contributo video



Ende Video mit Logo, finale video con logo (esempio Comune di Merano)

Aufbau Video-Reels



Jedes Reel sollte folgenden Aufbau haben:

- Logo Kampagne, untermalt von musikalischem Intro
- Eigentliche Videobotschaft (*ideale Länge der Videobeiträge: max. 00:30 Min.)
- Grafisches Element mit Hashtag Kampagne
- Grafisches Element mit Logo Partner

Verwendetes Programm für das Zusammenstellen der Videos: Capcut

- www.capcut.com
- Übergang zwischen den einzelnen Frames: Funktion "Überlagern" unter "Einfach"

Liedtext

Keiner bleibt allein, stiamo uniti,
hier darf keiner gemein sein,
Mano nella mano, gridiamo: Das reicht!

Wir steh'n zusammen, keiner bleibt allein
hier darf keiner gemein sein
Hand in Hand, wir schrei'n: Das reicht!
Gemeinsam sind wir stark, wir brechen das Eis
Mobbing hat hier keinen Platz, wir steh'n bereit
Für Freundschaft und Respekt, jederzeit

Stiamo insieme, nessuno resterà solo
Qui nessuno deve essere ferito
Mano nella mano gridiamo: "Adesso basta!"
insieme siamo una forza che spacca i pregiudizi
mobbing qui non trova mai spazio
per rispetto e amicizia, in ogni momento

Ich schau durch die Straßen, seh Gesichter im Licht
Manchmal merkt man, jemand trägt zu viel Gewicht
Gerede hinter Rücken, Blicke werden leer
Deswegen sagen wir laut: Ab heute nicht mehr!

Ascoltiamo anche chi non trova la voce
Costruiamo ponti di fiducia sopra ogni ferita
Se cadi, ti tendiamo la mano, noi siamo qua
C'è spazio per l'amore dentro questa realtà

Gerüchte werden leiser, wenn wir ehrlich sind

Denn Mitgefühl gewinnt, wo unser Herz beginnt
Le voci si spengono se diciamo la verità
L'empatia vince dove il cuore si apre

Wir steh'n zusammen, keiner bleibt allein
hier darf keiner gemein sein
Hand in Hand, wir schrei'n: Das reicht!
Gemeinsam sind wir stark, wir brechen das Eis
Mobbing hat hier keinen Platz, wir steh'n bereit
Für Freundschaft und Respekt, jederzeit

Stiamo insieme, nessuno resterà solo
Qui nessuno deve essere ferito
Mano nella mano gridiamo: "Adesso basta!"
insieme siamo una forza che spacca i pregiudizi
mobbing qui non trova mai spazio
per rispetto e amicizia, in ogni momento

Wir sind ein Zuhause, nicht nur Häuser aus Stein
Hier hört jede Träne auf, einsam zu sein
Gemeinsam gewachsen, gemeinsam gebaut
Mit Liebe und Mut , darauf haben wir vertraut

Stiamo uniti, lo senti nell'aria
Tutto il paese non ti lascia mai solo
Con forza e speranza, per sempre così
Diciamo: "No al mobbing!", siamo qui

EIN PROJEKT VON
JUGENDTREFF PARTSCHINS "INSIDE" EO



UNTERSTÜTZT UND GEFÖRDERT VON



Autonome Provinz Bozen
Provincia autonoma di Bolzano
Provincia autonoma de Bulsan
SÜDTIROL · ALTO ADIGE



Südtiroler Landtag
Consiglio della Provincia autonoma di Bolzano
Cunsëi dla Provinzia autonoma de Bulsan



Gleichstellungsrätin
Consigliera di parità
Consulënta por l'avalianza dles oportunités



Kinder- und Jugendanwaltschaft
Garante per l'infanzia e l'adolescenza
Garant per la nfanzia y l'adolescënza



Südtiroler
Gemeindenverband
Genossenschaft

Consorzio dei Comuni
della Provincia di Bolzano
Società Cooperativa

