

# „SDGs digital“ –

## so gelingt nachhaltige Bildung im digitalen Zeitalter

Marvin Gutdeutsch

Die Zehntklässlerin Azra steht gerne vor der Kamera. Gemeinsam mit ihrem Klassenkameraden Eray wirken die beiden fast wie junge Influencer. Anders ist es bei Sara. Sie hat ein tolles Ausdrucksvermögen, aber die laufende Kamera macht sie nervös. Auch Maximilian ist keine Rampensau. Er sieht seine Stärken im IT-Bereich hinter den Kulissen.

Kustak. „Entgegen gängiger Vorurteile erleben wir die jungen Menschen als sehr sensibel im Umgang mit ihren persönlichen Daten.“ Ihr Kollege Michael Rademann entwickelte daher gemeinsam mit den Jugendlichen das Maskottchen „Monster NUK“. Das kleine grüne Kuscheltier repräsentiert alle Schüler\*innen, die nicht selbst in den sozialen Medien zu sehen sein möchten. Mittlerweile gibt es zahlreiche Beiträge auf den Plattformen Instagram und YouTube getreu dem Motto „von Jugendlichen für Jugendliche“.

„Jugendliche gehen sensibel mit ihren persönlichen Daten um.“

Im Jahr 2019 stand die Erkundung der SDGs im eigenen Stadtteil und darüber hinaus im Vordergrund. Ob Ausflüge ins Klimahaus Bremerhaven oder in den Berliner Bundestag – alles wurde mit Fotos und Videos dokumentiert, um anderen Jugendlichen die Facetten der Nachhaltigkeit zu zeigen. Doch mit Beginn der Corona-Krise Anfang 2020 war diese Form der Arbeit nicht mehr möglich. Selbst kleinere Ausflüge wie beispielsweise eine geplante Aufräumaktion des heimischen Elbstrandes mussten abgesagt werden. Schlagartig hatte „Monster NUK“ kaum noch spannende Erlebnisse zu berichten.

Mit einem „Influencer-Kit“ wird das Smartphone zur professionellen Kamera. Schülerin Azra probiert es aus.

**A**nhand dieser Beispiele wird deutlich, wie unterschiedlich die Jugendlichen der Nelson-Mandela-Schule ticken, die an dem Projekt „SDGs digital“ der SDW Hamburg teilnehmen. Ziel ist es, die Schüler\*innen durch den Einsatz von digitalen Mitteln für die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, kurz: SDGs) zu begeistern. Dafür gibt es eine finanzielle Förderung durch den Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) und die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU). „Beim Einsatz von sozialen Medien in der Bildungsarbeit gibt es einiges zu beachten“, erklärt die Projektmitarbeiterin Bettina Bartlick-

## Durch Flexibilität zu Kreativität

Nachdem die Schockstarre im Frühjahr 2020 überwunden war, bekam das Projekt eine neue Ausrichtung. In Form einer Crowdfunding-Kampagne sollten alle bisher gemachten Erfahrungen in einer großen Aktion zusammenfließen. Beim Crowdfunding wird über eine digitale Plattform Geld von Privatpersonen gesammelt. Beliebte ist diese moderne Form der Finanzierung bei Start-ups und gemeinnützigen Initiativen. Nach einer ausführlichen Diskussion entschieden sich die Jugendlichen für die Vermarktung einer nachhaltigen Tasche. Sie sollte aus ökologischen Materialien bestehen und unter fairen Arbeitsbedingungen vor Ort produziert werden. Von diesem Zeitpunkt an war die Mo-

tivation der Projektgruppe nicht mehr zu bremsen. Innerhalb weniger Wochen entstanden ein Logo, eine Website, weitere Kanäle in den sozialen Medien und ein professionelles Video für die geplante Kampagne. Besonders stolz ist das Gründungsteam auf den Namen „RECONICE“, der bewusst wie das englische Wort „recognize“ (auf Deutsch: erkennen) klingt.

## Anerkennung über digitale Plattformen

Der Start der Kampagne Anfang Dezember 2020 übertraf dann alle Erwartungen: Bereits am fünften Tag war das erste Finanzierungsziel von 2.500 Euro erreicht. Zum Ende der Kampagne Mitte Januar 2021 waren es über 7.000 Euro. Neben großzügigen Spenden hat die neu gegründete Schüler\*innenfirma so bereits über 50 Taschen vorverkauft. Beliebt waren auch die optionalen „Danke-schöns“: Beispielsweise buchten fast 50 Menschen eine Baumpflanzung in Kooperation mit der SDW Hamburg. Die Lehrerin Elisabeth Hintze weiß, was dieser Erfolg für ihre Schüler\*innen bedeutet: „Es geht nicht wirklich um das gesammelte Geld, sondern um die damit verbundene Anerkennung und Wertschätzung.“

### Erfolgsfaktoren für den Einsatz von sozialen Medien in der Bildungsarbeit:

1. **Transparenz:** Über einen Elternbrief können viele Fragen im Vorfeld beantwortet werden. Die Arbeit kann erst beginnen, wenn unterschriebene Einverständniserklärungen der Erziehungsberechtigten vorliegen.
2. **Vertrauen:** Ein schriftliches Einverständnis ist kein Freifahrtschein. Die Jugendlichen müssen sich sicher sein, dass nur Inhalte veröffentlicht werden, mit denen sie sich wohlfühlen.
3. **Kreativität:** Wer nicht vor die Kamera möchte, sollte sich keinesfalls dazu genötigt fühlen. Mit etwas Ideenreichtum lassen sich auch tolle Beiträge mit anderen Mitteln gestalten.

„*Soziale Medien bieten einen echten Mehrwert.*“

Aufgrund der absehbaren Schulschließungen wurden die Jugendlichen bereits frühzeitig in Kleingruppen aufgeteilt. Laura Rupenow arbeitet neben ihrem Masterstudium für das Projekt und betreut zwei dieser Gruppen nun digital: „In diesen besonderen Zeiten wird erst deutlich, dass soziale Medien einen echten Mehrwert



### Beispiel von einem Posting auf dem Instagram-Kanal von Monster NUK.

für junge Menschen bieten können. Den persönlichen Austausch ersetzen sie allerdings nicht.“ Die anfangs erwähnte Schülerin Sara und ihr Mitschüler Maximilian sind froh, sich vor den Schulschließungen doch noch vor die Kamera getraut zu haben. Mit ihren Appellen haben sie schließlich zum Erfolg des Projektes beigetragen: „Ich denke, wir sind nicht die einzigen Menschen auf dieser Welt, die etwas verändern wollen“, motiviert Sara die Zuschauenden des Videos. Ergänzend bringt es Maximilian auf den Punkt: „Auch wenn ein Kauf der Tasche nur Kleines bewirkt, werden wir am Ende Großes erreichen.“

Marvin Gutdeutsch,  
Leiter des Projektes „SDGs digital“ der SDW Hamburg

**Auf der Website [www.reconice.de](http://www.reconice.de) gibt es das Video und weitere Informationen zu der Schüler\*innenfirma.**