

# ONLINE GUTES TUN

Was engagierte Menschen  
mit sozialen Medien bewegen



SMART HERO  
AWARD



facebook

stiftung  
digitale-chancen

# Inhalt

- 1 Der Smart Hero Award
- 2 Grußwort
- 4 Wie man Smart Hero wird
- 5 Die Kriterien
- 6 Das Expertengremium
- 7 Die Jury
- 8 Fünf Jahre Smart Hero Award
- 9 Die Projekte

Einsatz für eine lebendige Demokratie

Gemeinsam stark mit ...

Zusammen Chancen schaffen

Faires Miteinander

- 29 Die Social-Media-Coachings
- 31 Die Veranstalter
- 33 Impressum

# Der Smart Hero Award

Mit dem Smart Hero Award zeichnen die Stiftung Digitale Chancen und Facebook seit fünf Jahren soziales und ehrenamtliches Engagement in und mit Social Media aus. Smart steht dabei für den klugen Einsatz von Social Media für Anerkennung, Respekt und Toleranz. Die smarten Heldinnen und Helden repräsentieren diese Werte. Sie nutzen soziale Medien, um Aufmerksamkeit für ihr Anliegen zu schaffen oder Hilfe für andere zu organisieren. Im Jubiläumsjahr 2018 stand der Wettbewerb unter dem Schwerpunktthema „Gemeinschaft stärken“ und wurde in vier Kategorien vergeben.

## Die Kategorien

**Einsatz für eine lebendige Demokratie** Projekte und Initiativen, die eine offene und lebendige Gesellschaft fördern und demokratische Werte stärken

**Gemeinsam stark mit ...** Projekte und Initiativen, die sich für und mit Menschen mit Erkrankung, Behinderung oder anderen Handicaps engagieren

**Zusammen Chancen schaffen** Projekte und Initiativen, bei denen sich Menschen gemeinsam für Zukunftschancen engagieren, zum Beispiel indem sie Benachteiligte fördern, Neuankömmlinge willkommen heißen oder Nachhaltigkeitsprojekte umsetzen

**Faires Miteinander** Projekte und Initiativen, die sich für einen fairen Umgang der Menschen miteinander einsetzen, zum Beispiel im Verein, in der Gemeinde, in den Medien oder wo immer sich Menschen begegnen

Diese Broschüre zeigt, wer die Smart Heroes 2018 sind und was sie auszeichnet. Gleichzeitig gibt sie einen Überblick, wie vielfältig Engagement in sozialen Medien ist.

# Grußwort

## **Sehr geehrte Damen und Herren,**

bürgerschaftliches Engagement und soziale Medien passen hervorragend zusammen. Die Nominierten und Preisträger des Smart Hero Awards sind ein eindrucksvoller Beleg für diese Aussage. Sie vollbringen jeden Tag kleine und große Heldentaten – und setzen dabei soziale Medien besonders klug ein.

Die Smart Heroes stellen sich gegen Hetze und Hass im Netz. Sie treten für demokratische Werte ein und sie fördern den Zusammenhalt in der Gesellschaft. Das ist gerade in der heutigen Zeit wichtig und verdient hohe Anerkennung. Deshalb freue ich mich sehr, Schirmherrin des Smart Hero Awards zu sein.

Der Award feiert in diesem Jahr ein Jubiläum. Bereits zum fünften Mal haben die Stiftung Digitale Chancen und Facebook gemeinsam diesen Preis vergeben. An sie geht mein Dank genauso wie an diejenigen, die durch ihre Mitwirkung an der Entscheidungsfindung im Expertengremium und in der Jury ihren Teil zum Gelingen des Preises beitragen.

„Gemeinschaft stärken“ – unter diesem Schwerpunktthema steht der Award in 2018. Denn soziale Medien können positive Effekte des zivilgesellschaftlichen Engagements verstärken, indem Projekte eine größere Reichweite erzielen, über ihr unmittelbares Umfeld hinauswirken und Mitstreiter finden.

Die Smart Heroes machen vor, wie man soziale Medien klug einsetzt. Ich hoffe, dass sie eine Inspiration für andere sind. Allen Nominierten und Preisträgern gratuliere ich herzlich und wünsche ihnen weiterhin viel Erfolg für ihr Engagement. Ihre guten Geschichten braucht das Netz!

Mit freundlichen Grüßen



Staatsministerin Dorothee Bär,  
Beauftragte der Bundesregierung für Digitalisierung



## Wie man Smart Hero wird

Soziales Engagement in Social Media ist so populär wie nie. Das spiegelt sich auch in der deutlich gestiegenen Zahl der Einreichungen für den Smart Hero Award 2018 wider. Wie aus Hunderten Projekten die Smart Heroes ausgewählt werden, erklären wir Schritt für Schritt.

**Schritt 1** Das Team der Stiftung Digitale Chancen prüft zunächst, ob es unter den Einreichungen Dopplungen gibt und ob die eingereichten Projekte rechtskonform sind. Dazu gehört, dass die Impressumspflicht und die gesetzlichen Datenschutzvorgaben eingehalten werden.

**Schritt 2** Danach kommt der in sechs Gruppen gegliederte Kriterienkatalog des Wettbewerbs zum Einsatz. Diesen hat das Bewerterteam im Jahr 2018 weiterentwickelt, um aktuelle Trends im Bereich Social Media, wie zum Beispiel neue Kanäle oder Formen der Interaktion, zu berücksichtigen.



**Schritt 3** Ein Expertengremium begutachtet anschließend die so ermittelten Beiträge, die die Wettbewerbsanforderungen in hohem Maße erfüllen. Die Expertinnen und Experten nominieren auf der Basis ihrer Expertise eine Auswahl von Beiträgen für die Juryentscheidung.

**Schritt 4** Eine hochrangig besetzte Jury wählt aus den Nominierten die Preisträger in den verschiedenen Kategorien aus. Parallel dazu entscheidet die Öffentlichkeit per Online-Voting, welches nominierte Projekt den Publikumspreis erhält.

# Die Kriterien

## Qualität der geteilten Inhalte und Informationen

Hier werden Qualität und Aktualität der geteilten Inhalte in den verschiedenen sozialen Medien bewertet. Dabei wird auf die Relevanz sowie die Kontextualisierung der Inhalte und die Werte Anerkennung, Respekt und Toleranz geachtet.

## Sinnvoller Einsatz von sozialen Medien

Bei diesem Kriterium liegt der Fokus auf dem Mehrwert sozialer Medien für das Gesamtkonzept des Projekts. Außerdem wird aus der Perspektive der Nutzerinnen und Nutzer darauf geachtet, dass die Möglichkeiten der verwendeten Plattformen sinnvoll ausgeschöpft werden.

## Zielgruppenansprache

Die angemessene Zielgruppenansprache ist für den erfolgreichen Einsatz von sozialen Medien unabdingbar. Die Interaktion der User mit einem Projekt wird hier als Faktor für eine erfolgreiche Ansprache gewertet.

## Reichweite

Die Reichweite wird anhand verschiedener Faktoren bewertet; dazu gehören die erreichten Personen, Follower, Likes oder Fans. Berücksichtigt werden auch die Website sowie die Vernetzung verschiedener Social-Media-Kanäle.

## Kreativität

Hier wird beurteilt, wie kreativ ein Projekt bei der Arbeit mit sozialen Medien ist, zum Beispiel bei den Methoden der Zielgruppenansprache, der Bekanntmachung und den Formen der Interaktion.

## Nachhaltigkeit

Die Vernetzung mit anderen relevanten Projekten wird hier ebenso bewertet wie die Übertragbarkeit der Projektidee. Außerdem spielen die bisherige Wirkung und die Zukunftsorientierung eine Rolle.

## Das Expertengremium wählt die Nominierten aus



**Chadi Bahouth**  
Politologe, Journalist und  
Trainer



**Kristine Deharde**  
Beirat Stiftung  
Digitale Chancen



**Christopher Gess**  
Bundesministerium  
für Familie, Senioren,  
Frauen und Jugend



**Kübra Gümüsay**  
Journalistin  
und Aktivistin



**Dagmar Hirche**  
Vorstandsvorsitzende,  
Wege aus der  
Einsamkeit e. V.



**Stefanie Kaste**  
Referentin für  
Digitale Bildung,  
Initiative D21



**Dr. Ansgar Klein**  
Geschäftsführer,  
Bundesnetzwerk  
Bürgerschaftliches  
Engagement



**Dr. Susanne Lang**  
Geschäftsführende  
Gesellschafterin,  
Centrum für Corporate  
Citizenship Deutschland



**Gina Schad**  
Project Manager,  
iRights.Lab



**Sandra Vukovic**  
Leiterin Kampagnen,  
Aktion Mensch



## Die Jury wählt aus den Nominierten die Preisträger aus



**Kerstin Andreae**  
stellvertretende  
Vorsitzende der  
Bundestagsfraktion  
Bündnis 90/Die Grünen



**Joana Breidenbach**  
Mitgründerin von  
betterplace.org  
und Gründerin des  
betterplace lab



**Saskia Esken**  
Mitglied des  
Bundestags, SPD



**Franz-Reinhard Habel**  
ehemaliger Sprecher  
des Deutschen  
Städte- und  
Gemeindebunds



**Hubert Hüppe**  
ehemaliger Beauftragter  
der Bundesregierung  
für die Belange behinderter Menschen, CDU



**Thomas Krüger**  
Präsident der  
Bundeszentrale für  
politische Bildung/bpb



**Nico Lumma**  
Managing Partner des  
next media accelerator



**Philipp Otto**  
Direktor des  
iRights.Lab



**Dr. Marie-Agnes  
Strack-Zimmermann**  
stellvertretende  
Bundesvorsitzende,  
FDP



**Michael von Winning**  
Senior Project  
Manager bei der  
Robert Bosch Stiftung



**Brigitte Zypries**  
ehemalige  
Bundesministerin  
für Wirtschaft und  
Energie, SPD

Auf [www.smart-hero-award.de](http://www.smart-hero-award.de)  
stellen wir das  
Expertengremium  
und die Jury  
ausführlich vor.

## Fünf Jahre Smart Hero Award

2014 ging der Smart Hero Award in die erste Runde. Die Bedeutung von sozialen Medien für soziales Engagement hat seitdem deutlich zugenommen. Auch der Smart Hero Award hat sich in den vergangenen fünf Jahren weiterentwickelt und ist zu einem festen Bestandteil der Engagementpreis-Landschaft geworden.

Im Jubiläumsjahr 2018 gab es gleich eine ganze Reihe von Neuerungen: Pro Kategorie wurden drei Projekte ausgezeichnet, bisher gab es jeweils nur einen Preisträger. Damit ging einher, dass das Preisgeld um ein Vielfaches erhöht wurde. Die Erstplatzierten jeder Kategorie haben 10.000 Euro erhalten, die Zweitplatzierten 5.000 Euro und die Drittplatzierten 2.500 Euro. Zudem waren erstmals ausdrücklich auch Initiativen und Projekte, die mit ihren Social-Media-Aktivitäten noch am Anfang stehen oder neue Impulse suchen, aufgefordert teilzunehmen. Besonders vielversprechende Projekte unter ihnen wurden zu einem Social-Media-Coaching nach Berlin eingeladen.

Eines hat sich in den vergangenen fünf Jahren allerdings nicht geändert: Die Smart Heroes sind allesamt Vorbilder, die sich aktiv für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und demokratische Werte einsetzen.

*Die Nominierten des  
Smart Hero Awards zeichnen sich  
durch ihr Engagement und ihre  
„digitale Solidarität“ aus.  
Heute ist es gerade in Social Media  
sehr wichtig, im Gespräch  
zu bleiben, sich gegenseitig zu  
unterstützen und wenn nötig auch:  
zu widersprechen.*

**Thomas Krüger**  
Präsident der Bundeszentrale  
für politische Bildung



## Einsatz für eine lebendige Demokratie



### #ichbinhier und ichbinhier e. V.

Die Initiative **#ichbinhier** setzt sich für eine bessere Diskussionskultur und gegen Hasskommentare, insbesondere auf Facebook, ein. Sie nutzt eine Facebookgruppe, um sich auszutauschen und ihre Aktivitäten zu koordinieren. In der Gruppe wird auf Posts und Online-Artikel aufmerksam gemacht, in deren Kommentarspalten Hass, Lügen oder Verschwörungstheorien dominieren. Dem sachlich und souverän zu begegnen und Gegenstimmen aufzuzeigen, ist das Ziel von **#ichbinhier**. Die Initiative unterstützt außerdem Personen des öffentlichen Lebens oder NGOs, die von einem Shitstorm betroffen sind. Im Juli 2017 wurde ein Verein gegründet, um Menschen weiter für das Thema Hass im Netz zu sensibilisieren.



### Erfolgsprofil

Funktionen von Facebookgruppen werden klug eingesetzt, um die Aktivitäten der Initiative zu koordinieren

Interaktive Formate wie beispielsweise Live-Talks, zu denen auch Prominente eingeladen werden, bieten zusätzliche Möglichkeiten zum Austausch

Hohe Reichweite mit aktuell mehr als 40 000 Mitgliedern in der Facebookgruppe

## Einsatz für eine lebendige Demokratie



### Erfolgsprofil

Innovativer Grundgedanke, rechte Hetze „umzudrehen“

Passende Zielgruppenansprache aktiviert die Community und schafft Bewusstsein für das Thema Hate Speech

Format ist kreativ und humorvoll umgesetzt



## #HassHilft – Die unfreiwillige Online-Spendenaktion

Die Initiative **#HassHilft – Die unfreiwillige Spendenaktion** tritt auf kreative Art für eine tolerante und wertschätzende Debattenkultur im Netz ein. Die Idee: Menschenverachtende Kommentare werden in Spenden für Flüchtlinge und gegen Rechtsextremismus umgewandelt. Wenn Internetnutzerinnen und -nutzer Hasskommentare entdecken, machen sie das #HassHilft-Team darauf aufmerksam. Nach einer Prüfung wird jeder Hasskommentar zu einer 1€-Spende. Die Spenden kommen Flüchtlingsprojekten der „Aktion Deutschland Hilft“ und „EXIT-Deutschland“ zugute. So wird aus Hass etwas Positives und die Hetzer spenden quasi gegen sich selbst.



/hasshilft



/hasshilft.de



/RechtsgegRechts



## Deutschland3000

In wöchentlichen Videos thematisiert **Deutschland3000** das politische und gesellschaftliche Tagesgeschehen. Das Social-Media-Format von funk bietet eine Mischung aus Fakten, Haltung und Humor und hilft jungen Menschen, sich eine eigene Meinung zu bilden. Verbunden sind die Videos immer mit einer Aufforderung, zu diskutieren und sich auszutauschen. Frontfrau Eva Schulz möchte unbequeme Fragen stellen und überraschende Argumente bringen. Sie scheut sich nicht, Stellung zu beziehen. Das Motto lautet: 2018 ist keine Zeit für keine Meinung!



/Deutschland3000



/Deutschland3000

## Einsatz für eine lebendige Demokratie



### Erfolgsprofil

Ansprache und Gestaltung der Videos sind sehr gut auf die Bedürfnisse und Gewohnheiten der jungen Zielgruppe ausgerichtet

Aktuelle gesellschaftliche Themen werden ansprechend aufbereitet

Videos regen dazu an, in den Social Media zu diskutieren und Positionen auszutauschen

## Einsatz für eine lebendige Demokratie



### Erfolgsprofil

Direkte Ansprache animiert  
dazu, sich zu beteiligen

Kreative Kampagnen,  
wie zum Beispiel Hautfarben-  
stifte in unterschiedlichen  
Farben, ermöglichen einen  
unkonventionellen Zugang  
zum Thema Vielfalt

Prominente Botschafter  
stehen authentisch für  
Engagement und Integration



## GoVolunteer e. V. – So bunt ist Deutschland

**GoVolunteer e. V.** bringt soziale Projekte mit Menschen zusammen, die sich engagieren wollen. Interessierte sollen schnell und einfach ein Projekt in ihrer Nähe finden, das den persönlichen Fähigkeiten und Interessen entspricht. Die Initiatorinnen und Initiatoren möchten jedem Menschen die Chance geben, die Gesellschaft aktiv mitzugestalten. Das ehrenamtliche Engagement ermöglicht zudem Begegnungen und Austausch. Damit möchte **GoVolunteer e. V.** dazu beitragen, dass Integration gelingt und die Gesellschaft zusammenwächst. Die Kampagne „So bunt ist Deutschland“ ist ein Zeichen für Vielfalt und Toleranz.



/govolunteer



/govolunteer\_com



/GoVolunteer\_com



## Tadel verpflichtet! e. V. – Kleiner Fünf

**D**er Verein **Tadel verpflichtet!** setzt sich mit der Initiative **Kleiner Fünf** für ein vielfältiges, demokratisches Miteinander in Deutschland ein. Ziel des Vereins ist es, Menschen zu ermutigen, Haltung gegen Menschenfeindlichkeit, Ausgrenzung und Hass zu zeigen. Die Verantwortlichen treten für eine entschlossene, sachliche und radikal höfliche Auseinandersetzung mit rechtspopulistischen Positionen ein. Im Vorfeld der Bundestagswahl 2017 hat die Initiative mit der Kampagne #Wahlantrag dazu aufgefordert, Freunden und Bekannten mit einem „Kleiner-Fünf-Ring“ einen Antrag zu machen und gemeinsam zur Wahl zu gehen.



/kleinerfuenf



/kleinerfuenf

## Einsatz für eine lebendige Demokratie



### Erfolgsprofil

Kreative Kampagnen wie „Was verlierst Du?“ und #Wahlantrag sorgen für Aufmerksamkeit

Diskussionen unter den Posts werden sehr gut moderiert

Videos sind sehr anschaulich und handwerklich gut gemacht



Gemeinsam stark mit ...



## Erfolgsprofil

Sehr persönliche Einblicke in Tagebuchform schaffen einen unmittelbaren Zugang zu den Themen Pilgern und Krebs

Die wertschätzende Ansprache macht Krebsbetroffenen Mut und regt dazu an, sich selbst auf den Weg zu machen

Projekt ist sehr gut vernetzt



## Gemeinsam Pilgern – Gemeinsam gegen Krebs

Das Projekt **Gemeinsam Pilgern – Gemeinsam gegen Krebs** richtet sich an Krebsbetroffene und deren Angehörige. Ziel ist es, die Diagnose besser zu verarbeiten, Erfahrungen mit ebenfalls Betroffenen auszutauschen und die körperliche Leistungsfähigkeit durch sportliche Bewegung zu verbessern. Annelie Voland, Initiatorin des Projekts, nimmt ihre Fans via Facebook mit auf ihre Pilgerwanderungen. Ausgangspunkt ihres Engagements waren die Krebserkrankungen ihrer Eltern. Sie möchte sich mit ihrem Projekt auch für einen offenen Umgang mit dem Thema Krebs in der Öffentlichkeit einsetzen.



/gemeinsam.pilgern



/pilgern\_gegen\_krebs





## Freunde fürs Leben e. V.

**Freunde fürs Leben e. V.** betreibt Aufklärungs- und Informationsarbeit zu den Themen Depression und Suizid. Bei jungen Menschen bis 25 Jahre ist Suizid mit 600 Fällen pro Jahr die zweithäufigste Todesursache. Im persönlichen Miteinander ist es nach wie vor ein Tabu, über depressive Phasen und Suizidgedanken zu sprechen. Mit kreativen Projekten und Kampagnen klärt **Freunde fürs Leben** über Hintergründe und Präventionsmöglichkeiten von Suiziden auf und fördert die Auseinandersetzung mit den Tabuthemen. Ziel ist es, dass Depressionen besser erkannt und Hilfsangebote schneller genutzt werden.



/freundefuersleben



/freundefuerslebenev

Gemeinsam stark mit ...



## Erfolgsprofil

Einfühlsame Ansprache auf Augenhöhe mit der jungen Zielgruppe

Regelmäßige Aufrufe und Gewinnspiele fördern Interaktion und Auseinandersetzung mit den Themen

Sehr gut kontextualisierte Inhalte rund um die Themen Depression und Suizid

Gemeinsam stark mit ...



3. PLATZ

PUBLIKUMS-  
PREIS

## Erfolgsprofil

Starke Bildsprache, die Emotionen weckt und gleichzeitig die Würde der Menschen in ihrer letzten Lebensphase respektiert

Geschichten der Wunschfahrten werden auf vielfältige und spannende Art erzählt

Sensibler Umgang mit den Themen Krankheit und Sterben



## Der Wunschewagen – Letzte Wünsche wagen

**Die Wunschewagen** des Arbeiter-Samariter-Bunds erfüllen seit 2014 letzte Wünsche. Das Projekt ist rein ehrenamtlich getragen und wird ausschließlich aus Spenden finanziert. Es ermöglicht deutschlandweit Menschen in ihrer letzten Lebensphase einen besonderen Herzenswunsch und fährt sie gemeinsam mit ihren Familien und Freunden noch einmal an einen Lieblingsort oder zu einer besonderen Veranstaltung. Das Wunschziel bleibt dabei ganz dem Fahrgast überlassen: ob ans Meer, zu einem Konzert oder zur Taufe der Enkelin.



/wueschewagen



/der\_wueschewagen



## AMSEL e. V. – Aktion Multiple Sklerose Erkrankter Landesverband

**Die AMSEL** engagiert sich für Multiple-Sklerose-Kranke in Baden-Württemberg. Der Verein hat sich zum Ziel gesetzt, die Lebenssituation der Erkrankten und ihrer Angehörigen nachhaltig zu verbessern. Er stellt Informationen und Unterstützung bereit, um MS-Kranke weitestgehend in Familie, Beruf und Gesellschaft zu integrieren. Der Verein betreut beispielsweise verschiedene Facebookgruppen, in denen MS-Betroffene um Rat fragen können. Außerdem setzt er sich für die Aufklärung der Öffentlichkeit ein und fördert die Forschung über MS.



/multiplesklerose



/amsel\_ev\_multiple\_sklerose

Gemeinsam stark mit ...



### Erfolgsprofil

Geschlossene Facebookgruppen bieten Hunderten MS-Kranken und Angehörigen einen Raum, um sich auszutauschen

Mit kreativen Hashtagaktionen wird das Bewusstsein für Multiple Sklerose gestärkt

Direkte Ansprache und Mitmachaktionen regen Interaktionen an

Gemeinsam stark mit ...



## Erfolgsprofil

Kampagnen wie #dubistmirwichtig schaffen einen Zugang für junge Menschen zum Thema Suizidprävention

Die Ansprache ist wert-schätzend und dem Thema angemessen

Gute Mischung aus Informationen, Emotionen und Mitmachaktionen

#DU  
BIST MIR  
WICHTIG



## [U25] Online-Suizidprävention

Mit dem Projekt **[U25] Online-Suizidprävention** unterstützt der Caritasverband junge Menschen in suizidalen Krisen. Außerdem richtet sich das Projekt auch an junge Hinterbliebene eines Suizids. Hilfesuchende erhalten bei **[U25]** Unterstützung auf Augenhöhe. Denn das Besondere ist: Sie werden von Gleichaltrigen beraten. Die jugendlichen Peerberaterinnen und -berater werden in einer viermonatigen Schulung auf ihre Tätigkeit vorbereitet und auch danach weiter fachlich begleitet. **[U25]** macht mit Kampagnen auf das Tabuthema Suizid aufmerksam und bietet zudem Workshops in Schulen an.



/U25Deutschland



/u25deutschland



## Sea-Eye e. V. - Mission Menschlichkeit

Das Ziel des Vereins **Sea-Eye** ist, schiffbrüchige Flüchtende auf ihrer gefährlichen Flucht über das Mittelmeer zu retten. Dazu hat er zwei Schiffe erworben: die Sea-Eye und die Seefuchs. Die Freiwilligen leisten Erste Hilfe, versorgen die Flüchtenden mit Schwimmwesten und Wasser. **Sea-Eye e. V.** finanziert seine Aktivitäten vorwiegend aus Spenden, die er auch über soziale Medien generiert. Bei der Preisverleihung des Smart Hero Awards hat der Verein angekündigt, sein Preisgeld mit den ebenfalls für den SHA 2018 nominierten Seenotrettern von „Mission Lifeline“ zu teilen.



/seaeyeorg



/seaeye\_org



/seaeyeorg

Zusammen Chancen  
schaffen



### Erfolgsprofil

Starke Bildsprache, die die Würde der Flüchtenden wahrt

Diskussionen auf den Social-Media-Auftritten werden sehr gut moderiert

Spezifische Funktionen der verschiedenen Social-Media-Kanäle werden sehr gut ausgeschöpft und neue Features schnell aufgenommen

## Zusammen Chancen schaffen



### Erfolgsprofil

Unmittelbare und authentische Einblicke in das Leben eines Wanderschäfers

Social-Media-Kanäle sind sehr gut miteinander verknüpft

Anschauliche Inhalte und humorvolle Ansprache, auf die die Community mit einer hohen Beteiligung reagiert



### @schafzwitschern & #SchäfereiRetten

Die Wanderschäferei ist ein in Deutschland beinahe ausgestorbener Beruf, der durch seine Leistungen im Umwelt- und Naturschutz einen aktuellen Bezug hat. Sven de Vries berichtet seit einigen Jahren auf seinen Social-Media-Kanälen über Alltägliches aus seinem Leben als Wanderschäfer und versucht so, die Menschen für den alten Beruf zu begeistern. Mit dem Hashtag **#SchäfereiRetten** und der dazugehörigen Kampagne auf Change.org engagiert er sich politisch für die Bewahrung seines Berufs. Social Media wirken für den Schäfer im wörtlichen Sinne sozial, als Mittel, um soziale Beziehungen zu erhalten und aufzubauen.



/schafzwitschern



/schafzwitschern



/schafzwitschern





## GemüseAckerdemie vom Ackerdemia e. V.

Die **GemüseAckerdemie** unterstützt Schulen und Kitas dabei, einen natur-nahen Lernort zu schaffen. Ziel ist es, das Bewusstsein für die Bedeutung von Natur zu stärken. Nur wenige Kinder wissen, wo ihre Lebensmittel herkommen, oder haben schon einmal selbst Gemüse angebaut. Das will die **GemüseAckerdemie** ändern. Kinder und Jugendliche lernen, Lebensmittel wertzuschätzen, indem sie sie selbst produzieren. Sie haben die Möglichkeit, landwirtschaftliches Basiswissen zu erwerben, und erhalten Einblicke, was eine gesunde Ernährung ausmacht und wie man natürliche Ressourcen nachhaltig nutzt.



/GemueseAckerdemie



/gemueseackerdemie

Zusammen Chancen  
schaffen



### Erfolgsprofil

Ansprechende Berichte, Fotos und Videos zeigen, was in den Projektgärten gerade los ist

Beteiligungsmöglichkeiten in Form von Gewinnspielen und Umfragen

Tipps, beispielsweise zu Konservierungsmethoden, sind ein echter Mehrwert für die Fans

## Zusammen Chancen schaffen



### Erfolgsprofil

Fans werden ständig über den aktuellen Stand der Missionen auf dem Laufenden gehalten

Prominente Unterstützerinnen und Unterstützer agieren in den sozialen Medien als Fürsprechernde

Angemessene Bildsprache und kreative Spendenaktionen



### Mission Lifeline e. V.

Der Verein **Mission Lifeline** ist eine private Seenotrettungsorganisation aus Dresden. Ziel des Vereins ist es, Flüchtende vor dem Ertrinken zu bewahren. Für den Einsatz im Mittelmeer wurde mithilfe von Spendengeldern ein Rettungsschiff gekauft, das der Verein in Lifeline umbaute. Im September 2017 legte eine Crew aus Freiwilligen erstmals mit der Lifeline ab, um Menschen in Seenot zu retten und zu versorgen.



/seenotrettung



/missionlifeline



/Seenotrettung



# weserholz



## weserholz

Mit seinem Modellprojekt **weserholz** agiert der gemeinnützige Verein „Käpt’n Kurt“ an der Schnittstelle von Design, Bildung und Handwerk. **weserholz** versteht sich nicht nur als Werkstatt für Designentwicklung, sondern auch als Experimentier- und Denkraum für neue Lebensentwürfe. Ziel des angehenden Sozialunternehmens ist es, dass sich junge geflüchtete Erwachsene mit sogenannten schlechter Bleibeperspektive auf eine Ausbildung vorbereiten und dadurch gesellschaftliche Teilhabe und der Zugang zum Arbeitsmarkt möglich werden. Die unterschiedliche kulturelle Herkunft wird als wertvolles Element im Kreativeprozess betrachtet. So entstehen im Team Produkte mit eigener Designsprache.



/weserholz



/weserholz

Zusammen Chancen  
schaffen



## Erfolgsprofil

Spannende Einblicke in die Arbeit in der Werkstatt

Ansprache ist direkt und persönlich und die Fans können ihre Meinung einbringen

Portraits von Mitarbeitenden und Trainees vermitteln Nahbarkeit



### Erfolgsprofil

Fans werden vorbildlich einbezogen und können sich direkt an der Gestaltung der Themen beteiligen

Auswahl des Kanals und der Ansprache entsprechen den Bedürfnissen und Gewohnheiten der Zielgruppe

Presenterinnen bieten ein hohes Identifikationspotenzial



### Mädelsabende

**Mädelsabende** ist ein öffentlich-rechtliches Instagram-Format, das sich speziell an junge Frauen richtet. Das Team rund um die drei Presenterinnen Clare, Farah und Naina nimmt sich jede Woche ein gesellschaftlich relevantes Thema vor, das sie in Instagram-Stories aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachten. Sie mischen sich in aktuelle Debatten ein. Sie wollen mit viel Frauenpower Themen offen ansprechen, Barrieren in den Köpfen überwinden und sich für Respekt und Toleranz einsetzen.





## CHAMPIONS ohne GRENZEN e. V.

**CHAMPIONS ohne GRENZEN e. V.** bietet Geflüchteten offene und regelmäßige Fußballtrainings sowie Begegnungs- und Bildungsprojekte über den Fußball hinaus an. Das Engagement auf und abseits des Fußballplatzes leitet sich vom Wunsch ab, zu einer nachhaltigen Willkommenskultur für Geflüchtete in Deutschland beizutragen. Der Verein möchte Begegnungs- und Austauschmöglichkeiten zwischen Geflüchteten und Einheimischen schaffen. Zudem erleichtert er Geflüchteten den Weg in reguläre Vereinsstrukturen. Mit der Initiative „start2coach“ ermutigt er sie, als Trainerinnen und Trainer selbst Verantwortung in einem Verein zu übernehmen.



## Erfolgsprofil

Angebote werden über Social Media gezielt an die Geflüchteten herangetragen

Einige Videos sind in verschiedenen Sprachen verfügbar und erläutern anschaulich, wie man beispielsweise einem Fußballverein beitrifft

Hohe Medienpräsenz und gutes Netzwerk



### Erfolgsprofil

Kampagnen brechen auf kreative Weise mit stereotypen Erwartungen

Diskussionen in Social Media werden sehr gut moderiert

Inhalte sind sehr gut auf die unterschiedlichen Social-Media-Kanäle zugeschnitten, um verschiedene Zielgruppen anzusprechen



### PinkStinks e. V. - Not Heidi's Girl

Der Verein **PinkStinks** setzt sich gegen Produkte, Werbe- und Medieninhalte ein, die Menschen eine limitierende Geschlechterrolle zuweisen. Ein Beispiel für seine Aktivitäten ist das Video #noheidisgirl, das sich gegen das von der Casting-Show „Germany's next Topmodel“ verbreitete Geschlechterstereotyp richtet. Der Verein bietet zudem Theaterprojekte in Schulen an. Ziel des Engagements ist es, Geschlechterrollen aufzubrechen und eine Gesellschaft zu schaffen, in der sich Menschen individuell entfalten können.



/PinkstinksGermany



/pinkstinks\_de



/pinkstinksde



### Erfolgsprofil

Sehr gut auf die Zielgruppe zugeschnittene eigene Social-Media-Formate, wie das „HiMate!-Sofa“

Zahlreiche Möglichkeiten, sich zu beteiligen und einzubringen

Projekt verfügt über ein sehr großes Netzwerk



### HiMate!

**HiMate!** möchte eine Community schaffen, in der sich Menschen auf Augenhöhe und unabhängig ihrer Herkunft oder ihres kulturellen und sozialen Hintergrunds kennenlernen können. Das Projekt bringt Menschen zusammen, indem es kostenlose Gutscheine für kulturelle Veranstaltungen und Freizeitaktivitäten vermittelt. Darüber hinaus veranstaltet es auch eigene Events, wie Kochabende, Jam-Sessions oder Kickerturniere. So schafft **HiMate!** einen Raum für Austausch in ungezwungenem Rahmen. Ziel ist es, Integration zu vereinfachen und den Zusammenhalt in der Gesellschaft zu stärken.



/HiMate.org



/himate\_org



/himate\_org



### Erfolgsprofil

Menschen, die selten gehört werden, kommen in Videos zu Wort und erhalten so eine Stimme

Einsatz von eigenen Hash-tags, wie beispielsweise #StrassenIDEE, unter dem neue Ansätze zum Umgang mit Obdachlosigkeit verbreitet werden

Projekt ist sehr gut in der Obdachlosenhilfe vernetzt



### StrassenBLUES e. V.

**StrassenBLUES e. V.** hat es sich zum Ziel gesetzt, Obdachlosen kreative Wege aus der Armut aufzuzeigen. Gemeinsam werden Talente von obdachlosen und wohnungslosen Menschen gefördert. Dem Verein ist es wichtig, in Begegnungen von Menschen mit und ohne Zuhause den gesellschaftlichen Status zu überwinden und sich auf Augenhöhe auszutauschen. Mit der Aktion „StrassenWUNSCH“ werden Wünsche von obdachlosen Menschen erfüllt. Im Vorfeld der Bundestagswahl 2017 hat **StrassenBLUES** mit der deutschlandweiten Kampagne „Deine Stimme zählt“ wohnungslose und obdachlose Menschen und Nichtwähler informiert, dass und wie sie wählen gehen können.



/strassenblues



/strassenblues



/StrassenBLUES\_



## Die Social-Media-Coachings

Für Projekte und Initiativen, die mit ihren Social-Media-Aktivitäten erst begonnen haben oder noch nicht da sind, wo sie künftig sein wollen, wurden in 2018 erstmals Newcomer-Coachings vergeben. Fünf Projekte mit besonders erfolgversprechenden Ideen und Ansätzen haben daran teilgenommen. In den Coachings wurden smarte Ideen für den Einsatz von Social Media vermittelt und mit den Projektverantwortlichen passende Konzepte für ihre Aktivitäten erarbeitet.



Bei der **Erzählcafé-Aktion „Der Start ins Leben“** sind alle willkommen, die sich zu den Themen Schwangerschaft und Geburt austauschen möchten.



[/Erzaehlcafeaktion](#)



Der Verein **HerzCaspar** will für Kinder und Jugendliche mit langen Krankheitsverläufen den Krankenhausalltag abwechslungsreicher gestalten.



[/herzcaspar](#)



**KUKUK** ist die „Kunst-und-Kultur-Unterstützungskarte“, die kulturelle und soziale Teilhabe in Osnabrück ermöglicht.



[/KUKUK.OS](#)



Das **Spielecafé der Generationen** in Pfarrkirchen bringt Menschen generationsübergreifend zusammen, indem sie gemeinsam Gesellschaftsspiele spielen.



Der Verein **Wir können Helden sein!** will jungen Krebsbetroffenen die Freude am Leben zurückbringen.



*Das Smart-Hero-Coaching war sehr wertvoll für uns. Wir konnten lernen, wie man Bilder auf Instagram besser in Szene setzt und somit mehr Follower erhält. In nur sechs Wochen haben wir dadurch nahezu 200 Follower gewonnen. Auch die Tipps für das Erstellen von Beiträgen für Facebook waren sehr hilfreich. Mit kurzen Texten und gezielten Fragen sorgen wir für weit mehr Interaktionen und können unsere Zugriffsraten ständig steigern.*

**Petra Fuchs**

Spielecafé der Generationen - Jung und Alt spielt e. V.

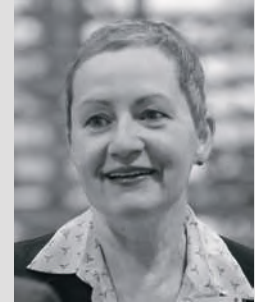


## Die Veranstalter

*Als Vorstand der Stiftung Digitale Chancen sehe ich zuerst die Chancen von sozialen Medien. Es ist heute viel einfacher geworden, sich an Entscheidungen zu beteiligen, sich für andere Menschen einzusetzen und ihnen eine Stimme zu geben. Immer mehr Menschen in Deutschland nutzen soziale Netzwerke wie Facebook, um ihr Projekt und die Menschen dahinter vorzustellen, Hilfe zu organisieren oder Spenden zu sammeln. Damit gelingt es ihnen, gute Geschichten zu erzählen und so negativen Schlagzeilen, Hassrede und Propaganda etwas entgegenzusetzen.*

**Jutta Croll**

Vorstandsvorsitzende der Stiftung Digitale Chancen



*Der Smart Hero Award feiert 2018 sein fünfjähriges Bestehen. Wir sind außerordentlich froh, in diesem Jahr wieder tolle Initiativen ehren zu dürfen, die mithilfe von sozialen Medien Gemeinschaften für Menschen schaffen. Auf diese Weise helfen sie anderen, die sich in bestimmten Situationen allein fühlen, oder erzeugen dringend benötigte Aufmerksamkeit für Probleme, die mitunter noch nicht jedem bewusst sind.*

**Eva-Maria Kirschsieper**

Director of Public Policy bei Facebook Deutschland



## **.stiftung digitale-chancen**

Aufgabe der Stiftung Digitale Chancen ist es, die gesellschaftlichen Folgen der Digitalisierung zu erforschen, sich für den chancengleichen Zugang aller Menschen zum Internet einzusetzen und ihre Medienkompetenz zu stärken. Ziel der Stiftung ist es, die digitale Integration aller gesellschaftlichen Gruppen zu fördern und einer drohenden digitalen Spaltung entgegenzuwirken. Die Stiftung Digitale Chancen steht unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie sowie des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

## **facebook**

Facebook wurde 2004 gegründet und hat sich zum Ziel gesetzt, Menschen die Möglichkeit zu geben, Gemeinschaften zu bilden und die Welt näher zusammen zu bringen. Heute verwenden weltweit mehr als zwei Milliarden Menschen Facebook, um mit Freunden und Menschen in Verbindung zu bleiben, zu erfahren, was auf der Welt los ist und Inhalte zu teilen, die ihnen wichtig sind. Mit Facebook können gemeinnützige Organisationen, Vereine und Unternehmen Menschen für ihre Sache begeistern und Aufmerksamkeit auf die Themen lenken, die sie bewegen.

# Impressum

Smart Hero Award Broschüre 2018

Herausgeber:

Facebook Germany GmbH

Caffamacherreihe 7

20355 Hamburg

[www.facebook.com/FacebookPolitik](http://www.facebook.com/FacebookPolitik)

In Kooperation mit der Stiftung Digitale Chancen

Konzept: Carola Croll, Jutta Croll, Katharina Gelhaus

Redaktion: Carola Croll, Jutta Croll, Katharina Gelhaus, Michael Raeder

Gestaltung: Barbara Kloth

Korrektorat: Brigitte Große-Honebrink

Druck: Flyeralarm

Stand: Oktober 2018

## Bildnachweis

Titelseite: iStock; S. 3 Bundesregierung/Jesco Denzel; S. 4 Facebook; S. 6 Kübra Gümüşay; Elif Küçük; Dagmar Hirche; Wade; Gina Schad; Stefan Klüter; S. 7 Kerstin Andreae: DBT/Inga Haar; Joana Breidenbach: Nils Hasenau; Hubert Hüppe: DBT/Stella von Saldern; Thomas Krüger: bpb/Martin Scherag; Philipp Otto: Bettina Volke; Brigitte Zypries: Susie Knoll; S. 9 Ichbinhier e. V.; Facebook; S. 10 ZDK Zentrum Demokratische Kultur; Facebook; S. 11 Labo-M; Facebook; S. 12 GoVolunteer e. V.; S. 13 Stiftung Digitale Chancen/Katharina Gelhaus; Tadel verpflichtet! e. V.; S. 14 Gemeinsam Pilgern – Gemeinsam gegen Krebs; Facebook; S. 15 Claudia Wagler; Facebook; S. 16 ASB/Hannibal; Facebook; S. 17 AMSEL e. V. und Martin Stollberg; S. 18 [U25]; Angela Kröll; S. 19 Erik Marquardt; Facebook; S. 20 Migu Schwarz; Stiftung Digitale Chancen/Jutta Croll; S. 21 Katharina Kühnel; Facebook; S. 22 Hermine Poschmann; Facebook; S. 23 westerholz; Claudia A. Cruz & Nikolai Wolff/Fotoetage; S. 24 WDR/Fusswinkel; Facebook; S. 25 CHAMPIONS ohne GRENZEN e. V.; Facebook; S. 26 Pinkstinks e. V./Markus Abele; Facebook; S. 27 HiMate gemeinnützige UG; S. 28 David Diwiak/StrassenBLUES e. V.; Nikolas Migut/NDR; S. 29 Olivia Ockenfels; HerzCaspar e. V.; KAOS e.V.; S. 30 Spielecafé der Generationen - Jung und Alt spielt e. V.; Wir können Helden sein! e. V.; S. 31 Jutta Croll; Mark Bollhorst

Alle Rechte vorbehalten

In dieser Publikation werden möglichst gendergerechte Formulierungen verwendet. Sollte im Sinne einer besseren Lesbarkeit in einzelnen Textpassagen nur die maskuline oder feminine Form verwendet worden sein, impliziert dies keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts.

**Ihr seid auch Smart Heroes?  
Dann bewerbt Euch für den Award 2019!**



**SMART HERO  
AWARD**

**WWW.SMART-HERO-AWARD.DE**