



## Projektexposé < **Kreativ gegen Gewalt** >

Ein Gemeinschaftsprojekt von:  
A Vitamin Kreativagentur GmbH und  
Diplom-Psychologe Jörg Nothacker

**„Mehr Toleranz Baby!“**

Berlin 2007

1. Einleitung
2. Die Marie-Elisabeth-Lüders-Oberschule
  - a. Soziodemografische Daten
  - b. Die Klasse S063
3. Initiatioren des Projektes
4. Ziel
  - a. Idee
  - b. Projektphasen
5. Konzept und Umsetzung
  - a. Response in der Klasse
  - b. Öffentliche Präsentation
  - c. Pressearbeit
  - d. Sponsoren
6. Nachhaltigkeit
7. Mögliche Fortführung und Erweiterung

Intoleranz und Gewalt nehmen unter Jugendlichen nicht nur weiter zu, sondern basieren zunehmend auf radikalen Einstellungen und falschem Ehrgefühl. Gerade in sozialen Brennpunkten ist eine Verschärfung der Situation deutlich zu beobachten: Schlägereien und Mobbing gehören inzwischen zum Alltag an vielen Schulen. Dieser Entwicklung muss nachhaltig und wirksam begegnet werden. Das Projekt, das die A Vitamin Kreativagentur zusammen mit einem anerkannten Diplom-Psychologen an einer Berliner Schule realisiert hat, zeigt, dass die Schüler durchaus bereit sind, sich mit dem Thema Gewalt konstruktiv auseinanderzusetzen.

Die Situation an Berliner Schulen hat sich in den letzten Jahren eher verschlechtert als verbessert. Der Unterricht leidet unter Lehrermangel und Budgetknappheit, auch der Umgangston der Schüler untereinander hat sich verändert – gerade in einem Melting Pot wie Berlin, in dem die verschiedensten Nationalitäten und Religionen leben.

In der Presse sind die Schlagzeilen fast ausschließlich negativ, seien es die schlechten Ergebnisse der Pisastudien oder Nachrichten über Gewalt gegen Lehrer und unter Schülern.

Der im März 2007 veröffentlichte Bericht des Sonderbeauftragten der UN-Menschenrechtskommission, Vernor Muñoz, legt dar, dass das deutsche Bildungssystem gerade ärmere Schüler und Migrantenkinder benachteiligt und der Bildungsstand hierzulande sehr stark von der sozialen Herkunft bestimmt wird. Daneben ist auch die „ungenügende Förderung“ von Schülern mit besonderen Lernbedingungen ein entscheidender Kritikpunkt. Diese Bildungsschere öffnet sich noch weiter, wenn in den Klassen kein Gemeinschaftsgefühl entsteht und sich die Schüler nicht gegenseitig unterstützen.

## < 2. Marie-Elisabeth-Lüders-Oberschule >

### a. Soziodemografische Daten

Die Marie-Elisabeth-Lüders-Oberschule liegt mitten in Berlin an der Ecke Kurfürsten- und Steinmetzstraße und vereint in ihrem Konzept verschiedene Schultypen aus Berufsfachschule, berufsqualifizierendem 11. Jahrgang und Fachoberschule mit dem Schwerpunkt Sozialpädagogik. Je nach Ausbildungsziel wird sie von den Jugendlichen zwischen ein und dreieinhalb Jahren besucht. Insgesamt 37 Lehrkräfte sind für die Ausbildung verantwortlich.

Die 500 Schüler kommen aus unterschiedlichsten Familiensituationen und aus verschiedensten Nationen. Knapp die Hälfte der Jugendlichen an der Schule beziehen Leistungen aus der Bundesausbildungsförderung, dem Asylbewerberleistungsgesetz oder Wohngeld.

An der Marie-Elisabeth-Lüders-Oberschule werden bereits Konzepte zur Verbesserung des Miteinanders der Schüler umgesetzt. Eine von Schülern selbst gestaltete Cafeteria, die unter Mithilfe der Lehrer entstand, dient als Begegnungsstätte und Aufenthaltsraum und wird von den Jugendlichen betrieben.

### b. Die Klasse S063

Seit August 2006 werden die Schüler der Klasse S063 gemeinsam unterrichtet - noch bis zum Beginn der Sommerferien. Dabei bringen die zwischen 17 und 19 Jahre alten Jugendlichen ganz unterschiedliche Erfahrungen mit, die das Klassenleben schwierig machen.

Die Statements der Schüler zeigen die Grundprobleme des Umgangs miteinander auf: „Ich bekam von zu Hause beigebracht, dass ich in die Hölle komme, wenn ich nett zu Juden bin – damit musste ich hier erstmal klarkommen als Micha in die Klasse kam. Man zweifelt ja nicht als erstes die Lehren an, die man aus dem heimischen Umfeld mitbekommt.“

„Ich sehe öfters Türken, die mit dem Bozkurt, dem Zeichen von rechten Türken herumlaufen. Das fällt Deutschen gar nicht auf. Aber für uns Kurden ist das sehr schlimm, weil es herabwürdigend ist. Auch in der U-Bahn bin ich schon wegen meiner Herkunft belästigt worden.“

In der Klasse hatte man vor dem Projekt eine Art Agreement getroffen, nicht über Gewalt und Intoleranz zu sprechen, man thematisierte es kaum. Wichtig war den Schülern vor allem, dass ihnen Respekt in der Klassengemeinschaft entgegengebracht wurde.



### < 3. Initiationen des Projektes



Die Büroräume der A Vitamin Kreativagentur liegen nicht weit entfernt von der Marie-Elisabeth-Lüders-Oberschule. Neun Mitarbeiter und zwei Auszubildende arbeiten in der Agentur mit dem Schwerpunkt Printgestaltung.

Für eine Ausschreibung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend beschäftigte sich die Agentur mit dem Thema Gewalt unter Jugendlichen und wandte sich deshalb an die Marie-Elisabeth-Lüders Schule. Von der Schulleitung wurde der Kontakt zur Klasse SO63 vermittelt, in der Schüler aus insgesamt elf Nationen vertreten sind. Aufgrund des positiven Kontakts zu der Klasse, der über eine Befragung aufgebaut wurde, beschlossen die Mitarbeiter der Agentur, ein Projekt als eine Art Dankeschön für die Zusammenarbeit anzubieten. Die Fachlehrerin für Sozialkunde, Frau Arndt, unterstützte die Projektidee von Anfang an, integrierte sie in ihren Sozialkundeunterricht und ermöglichte somit eine intensive Zusammenarbeit mit der Klasse.

Da Werber und Grafiker nicht unbedingt pädagogisch geschult sind, sprach die Agentur A Vitamin den Diplom-Psychologen Jörg Nothacker an, der nicht nur Kenntnisse im Umgang mit jungen Erwachsenen besitzt, sondern auch ein gutes Gespür für den sensiblen Umgang mit dem Thema hat. Positive Erfahrungen mit dem gewaltpräventiven Ansatz der Projektarbeit mit Schülern brachte er aus einem Berliner Modellprojekt mit, das vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend unterstützt wurde. Er ist zudem mit Gruppenprozessen vertraut und versteht es, teambildende und gemeinschaftsorientierte Impulse zu setzen. Sein Wissen aus der beruflichen Beratung von Altersgruppen, die sich im Übergang zum Erwerbsleben befinden, dient außerdem dazu, weitere Projektperspektiven in der Zusammenarbeit mit Schulen zu entwickeln.

## < 4. Ziel



In dem gemeinsamen Projekt sollten die Schüler zur Diskussion über die Themen Respekt und Umgang mit Gewalt in ihrem Alltag angeregt werden und ihre persönlichen Erfahrungen mitteilen.

Die Auseinandersetzung mit den Themen sollte den Zusammenhalt der Klasse stärken und ein Bewusstsein für die Möglichkeiten des toleranten und friedfertigen Umgangs miteinander schaffen. Am Ende des Prozesses sollte gegenseitiges Verständnis in der Klasse vorherrschen und Respekt und Toleranz nach außen getragen werden.

Von der Klasse aus sollte die Diskussion bewusst auch auf das Umfeld der Schüler ausstrahlen und im nächsten Schritt die Familien und außerschulischen Freunde in das Projekt einbeziehen. Ein vorzeigbares Ergebnis in Form eines selbst produzierten Mediums sollte dazu dienen, dass die Jugendlichen in ihrem Umfeld davon berichten und so weitere Gespräche über Toleranz in Gang kommen.

### a. Die Idee

Das Thema Gewalt im Alltag Jugendlicher wird in einem kreativen Rahmen bearbeitet. Das individuelle Erzählen und der Erfahrungsaustausch sollen angeregt werden und ein Printmedium als Mittel dienen, um auf eine Aussage hinzuarbeiten, in der sich jedes Mitglied der Klasse wieder findet.

Die Klasse erhält das Angebot, gemeinsam eine Postkarte zum Thema Respekt und Toleranz zu gestalten, die als kostenlose CityCard zum Mitnehmen an ausgewählten Orten in zentralen Bezirken von Berlin verteilt wird. Die Schüler können ein Erfolgserlebnis präsentieren und „etwas vorzeigen“. Die CityCard ist darüber hinaus ein sehr zielgruppengerechtes und für die Schüler spannendes Medium, mit dem eine peppige, aufmerksamkeitserregende Idee umgesetzt werden kann.

### **b. Projektphasen**

Eine gemeinsame Diskussion mit Einführung in das Thema stand am Anfang der Arbeit mit der Klasse. Die Schüler erhielten die Chance, in einem geleiteten Gespräch von ihren Erfahrungen und Ansichten zu berichten. Dabei wurde darauf geachtet, dass die Diskussion mit gegenseitigem Respekt verläuft, jeder ausreden darf und nicht für seinen Redebeitrag „gehänselt“ wird.

Im Anschluss an diesen Austausch stellte A Vitamin in einem kleinen Workshop die Arbeit einer Werbeagentur vor und erläuterte einzelne Schritte der Auftragsbearbeitung für eine Printproduktion sowie die Berufsbilder der Menschen, die in einer Agentur arbeiten [Kontakter, Grafiker, Texter, Reinzeichner]. Als Modellprojekt bekamen die Schüler einen eigenen kleinen Auftrag, den sie gemeinsam in Rollenverteilung ausführten.

In Kleingruppen und anschließend im Plenum erarbeitete die Klasse ein Motiv samt Slogan für die Postkarte, die sich mit dem Thema Jugendgewalt und Toleranz auseinandersetzte. Das Motiv wurde dann von der Agentur in konzeptionelle Vorschläge umgesetzt, der Klasse zur Abstimmung präsentiert und als CityCard gedruckt und verteilt.

Die Schüler wurden am gesamten Prozess beteiligt und hatten einen Ansprechpartner in der Agentur, den sie bei Fragen immer kontaktieren konnten. Sie lernten nicht nur im Austausch mit ihren Klassenkameraden, sondern bekamen Inhalte und Thema attraktiv in einem kreativen Kurzzeit-Job verpackt, bei dem sie auch die Abläufe innerhalb einer Werbeagentur nachvollziehen konnten.

## < 5. Konzept und Umsetzung >

### a. Response in der Klasse

Schon bei der Vorstellung der Idee in der Klasse zeigten die Schüler großes Interesse an der Entwicklung einer gemeinsamen Postkarte unter fachmännischer Anleitung.

Im kreativen Prozess legte die Mehrheit der Klasse großen Arbeitseifer an den Tag: Deadlines und Präsentationstermine wurden eingehalten, die Schüler koordinierten ihre Gruppen selbstständig und die Beteiligung an der Diskussion zum Thema war sehr hoch. Gerade der sehr offene Austausch der Erfahrungen einzelner Schüler mit Gewalt und Intoleranz verlief in beeindruckender Weise.

Deutlich wurde, dass die Jugendlichen in der Lage sind, einen konstruktiven Diskussionsprozess zu führen, an dessen Ende ein Ergebniss steht, das alle befürworten können. Einzelne Schüler setzten sich dafür ein, dass schon länger bestehende Konflikte innerhalb der Klasse angesprochen wurden und auf tragfähige Lösungen hingearbeitet wurde. Die damit angestoßene Stärkung des Klassenverbandes bildete die Grundlage dafür, dass das Thema nach außen getragen werden konnte.

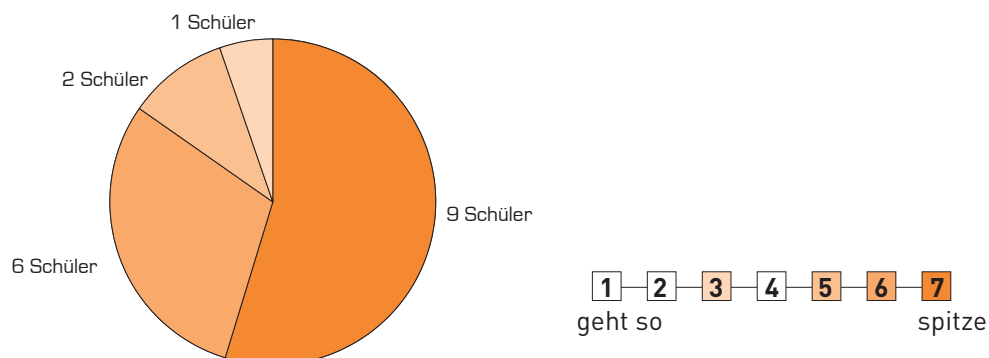
„Es war interessant zu sehen wie eine Agentur arbeitet und wie Sie dieses Projekt umgesetzt haben. Dabei sieht man wie viel Arbeit und Zeit investiert wurde, um dieses Ergebnis zu erreichen.“

„Die Klasse und der Klassenzusammenhalt haben sich dadurch gestärkt. Das Shooting und die Verteilung der Postkarte waren sehr interessant und haben viel Spaß gemacht.“

„Ich kann jetzt besser mit meinen Mitmenschen umgehen. Ich bin geduldiger geworden. Ich achte jetzt mehr darauf, die Gefühle anderer Menschen nicht zu verletzen.“



### Gesamtbewertung des Projektes durch die Schüler



## < 5. Konzept und Umsetzung >

### b. Öffentliche Präsentation

Neben der Verbreitung der CityCard über den DINAMIX-Verteiler in Berlin - Mitte wählte die Klasse zusätzliche Orte aus, an denen sie auf das Motto „Toleranz hat viele Farben“ aufmerksam machen wollte. Dazu gehörten soziale Einrichtungen wie ein Jugendzentrum und ein Kinderheim, Geschäfte und öffentliche Räume wie die Tauentzienstraße.



Zum Auftakt der Postkartenverteilung am 27. April 2007 gab es einen Pressetermin auf dem Wittenbergplatz. Im Rahmen dieses Events wurde ein Rap mit dem Titel „Toleranz hat viele Farben“ aufgeführt, der begeisterte Anhänger fand. Der Rapper Deniz, ein Freund eines Schülers, schrieb eigens für dieses Projekt einen Text und führte ihn auf.

Angelika Schöttler, Stadträtin und Leiterin der Abteilung Familie, Jugend, Sport und Quartiersmanagement des Bezirks Tempelhof-Schöneberg, und Özcan Mutlu, bildungspolitischer Sprecher von Bündnis 90/Die Grünen im Berliner Abgeordnetenhaus, würdigten das Engagement der Jugendlichen und unterstützten sie bei der Verbreitung ihrer Botschaft auf dem Wittenbergplatz.

## < 5. Konzept und Umsetzung >

### c. Pressearbeit

Um auch die Öffentlichkeit für das Thema und das Projekt zu sensibilisieren, wurde der Kontakt zur lokalen Presse hergestellt. Das Quartiersmanagement kündigte die Verteilung und die Presseveranstaltung über ihr Online-Portal an. Am Tag des Pressetermins waren die angesprochenen Lokalredakteure, unter anderem von einer türkischen Zeitung anwesend, die die Veranstaltung redaktionell begleiteten.

Das Berliner Abendblatt schrieb unter dem Titel „Schüler engagieren sich für mehr Verständnis zwischen den Kulturen“ und hob insbesondere die Ausdauer und den Zusammenhalt der Jugendlichen hervor, die trotz interkultureller Unterschiede und Spannungen, gemeinsam an einem Ziel arbeiteten und sich dabei gegenseitig unterstützten.



## < 5. Konzept und Umsetzung >

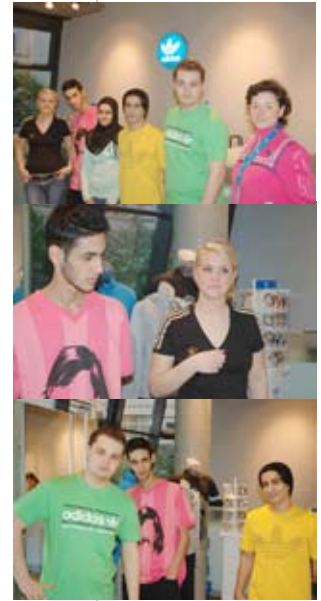
### d. Sponsoren

Eine Aktion mit dieser Ausrichtung und dem Wunsch nach einem nachhaltigen Output stößt auch in der Unternehmenswelt auf offene Ohren, wenn es um die Unterstützung bei der Umsetzung geht. Binnen zwei Wochen konnte die Agentur A Vitamin unverzichtbare Helfer für die Realisierung des Projekts mit der Marie-Elisabeth-Lüders-Oberschule gewinnen.

Zunächst erwärmte sich die DINAMIX Media GmbH für die Kampagne und sicherte als führendes Unternehmen in der Produktion und Verteilung von CityCards, Flyern und Postern im Berliner Raum den Druck und die Verteilung von 5.000 Karten zu.

Auch die Filialeleiterin Jill Heidemann des Berliner Adidas-Flagship-Store in der Münzstraße entschied sich sehr schnell für ein Sponsoring. Für das Fotoshooting der fünf Schülermodels durften sich die Jugendlichen Shirts aussuchen.

Fotograf Stefan Maria Rother und sein Team wollten sich ebenfalls für den guten Zweck engagieren und stellten ihre Dienste für das Fotoshooting zur Verfügung. Die Visagistin Manuela Halligan erfuhr kurz vor dem Termin von der Aktion und schloss sich dem Team an. In einer dreistündigen Session wurde in der Aula der Schule zunächst ein Klassenfoto für die Rückseite der Karte gemacht, danach posierten die fünf Models in verschiedenen Motiven für die Vorderseite. Für die anderen machte der Fotograf im Anschluss individuelle Portraitaufnahmen.



## < 6. Nachhaltigkeit >

Der kurzfristige Effekt des Projekts ist offensichtlich: Die Schüler haben mit der Veröffentlichung der Postkarte ein Erfolgserlebnis, das sie als Resultat auch ihren Freunden und Familien zeigen können. Wesentlich wichtiger als dieser schnelle Erfolg und der kleine Lerneffekt, den der Einblick in die Arbeit einer Agentur und das Mitmachen bei einem Fotoshooting mit sich bringen, ist die Tatsache, dass sich die Beteiligten mit dem Thema Toleranz beschäftigen und es durch das Herumzeigen der Karte auch in ihre Familien und ihre Freundeskreise hineinbringen.

Die in der Klasse angeregte Diskussion über „Toleranz hat viele Farben“ wird durch die Verteilung der Karte in einen größeren Kontext gestellt und erreicht multiplizierende Wirkung. Im persönlichen Umfeld der Schüler bleibt die Botschaft nicht anonym, sondern wird von Beteiligten vermittelt. Durch Nachfragen und Neugier kann die Diskussion außerhalb der Schule weiter geführt werden.

Nach Ende der Zusammenarbeit mit der Klasse erschien in der Schülerzeitung ein Artikel, mit dem die gesamte Schule über den Ablauf und die Ergebnisse der Projektarbeit informiert wurde. Auf der Abschlusspräsentation vor der Lehrerschaft wurde auch Interesse an Medien geäußert, die für die Unterrichtsgestaltung verwendet werden können.

Der positive Austausch, der mit den für die Stadtteilarbeit Verantwortlichen hergestellt werden konnte, ist hilfreich für die weitere Multiplikation der Ergebnisse und die Fortführung auf Gesamtberliner Ebene.



**DINAMIX**  
CITYCARDS · FLYER  
PLAKATE · PROMOTIONS

**„Toleranz hat viele Farben“ – Jugend gegen Gewalt, Rassismus und Fremdenfeindlichkeit!**

Ein Projekt von A Vitamin und Dinamix gemeinsam mit der Marie-Elisabeth-Lüders-Oberschule aus Berlin, Schöneberg.



Layout: A Vitamin Kreativagentur GmbH | Foto: Stefan Maria Rother |  
Make-Up: Manuela Halligan | Ausstattung: Adidas Originalstore/Münzstraße,  
Berlin | Motividee „Toleranz hat viele Farben“: Ali Ghazi

Weitere Informationen zu diesem Projekt finden Sie unter: [www.a-vitamin.de/schulprojekt](http://www.a-vitamin.de/schulprojekt)

---



---



---



---

## < 7. Mögliche Fortführung und Erweiterung >

Die Projektarbeit und die Herstellung von Medien ist auf andere Klassen und Schulen übertragbar. Die ersten Gespräche mit Schülern und Lehrern zeigen, dass sie schulfremden Organisatoren nicht nur offen gegenüberstehen, sondern sich sogar ein Engagement von außen wünschen, damit neue Perspektiven in den Unterrichtsalltag gebracht werden. Wir haben den Eindruck, dass Projekte, die sowohl das Klassen- und Schulklima verbessern als auch den Schülern neue Erlebnisse bieten, besonders willkommen sind und eine Win-Win-Situation für alle Beteiligte darstellen.

In der positiven Zusammenarbeit mit den beteiligten Firmen ist deutlich geworden, wie Kooperationen mit der Wirtschaft auch zukünftig aufgebaut sein müssen. Die gewünschten Beiträge von Unternehmen sollten klar definiert sein, einfach erbracht werden können und in einer unmittelbaren Beziehung zu ihrem Tagesgeschäft stehen. Dann ist es beinahe schon eine Selbstverständlichkeit, sich gegenüber der Gesellschaft nützlich zu zeigen.

In der weiteren Zusammenarbeit mit Unternehmen wollen wir das erfolgreiche Projekt fortführen und multiplizieren. Wenn dabei die beteiligten Schüler Interesse am Thema berufliche Planung haben, wollen wir mit freien Trägern der sozialpädagogischen Arbeit die Unternehmenswelt auch für benachteiligte Schüler öffnen und Partner aus der Wirtschaft für weitere Coperate-Social-Responsibility-Projekte\* gewinnen.

Da so genannte Soft Skills notwendige Voraussetzungen sind, um im gesellschaftlichen Wandel bestehen zu können, bietet sich ein ganzheitlicher Ansatz an, um gewünschtes Sozialverhalten zu entwickeln. Unser Pilotprojekt hat gezeigt, dass zur Entwicklung von sozialen Kompetenzen ein attraktives Ziel hilfreich ist, das die Schüler als Gruppe gemeinsam erreichen wollen.

\* **Corporate-Social-Responsibility (CSR)** umschreibt den Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung und steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln in der eigentlichen Geschäftstätigkeit (Markt).

A Vitamin Kreativagentur GmbH

Ansprechpartner: Oliver Barthel

Körnerstraße 12

10785 Berlin

Tel.: 030 / 26 39 81 60

Fax: 030 / 26 39 81 66

E-Mail: [obarthel@a-vitamin.de](mailto:obarthel@a-vitamin.de)

[www.a-vitamin.de](http://www.a-vitamin.de)