

rC16

31.Okt. - 01.Nov. 2016
reCampaign | Berlin

Programm | Sprecher*innen | Raumplan

Strategien für den digitalen Wandel

Willkommen!

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,

bisher haben sich die Ereignisse 2016 überschlagen. Ob #ausnahmslos, #brexit, #hatespeech, #offeneTüren, #panamaleaks oder #PokemonGo – die Welt ist in Bewegung! Grund für uns, innezuhalten und grundlegende Fragen zu stellen: über den Zustand der Kommunikation im digitalen Zeitalter, über Werte und Alternativen.

So blicken wir auf der reCampaign 2016 hinter die Kulissen und fragen, wie politisches Framing wirkt, welche Rolle ethisches Design spielt und ob zukünftig Algorithmen unsere Kommunikation beherrschen. Wir wollen mit euch diskutieren, wie wir angesichts von Hass und

Hetze aus den Schreispiralen herauskommen und eine offene Dialogkultur gestalten können. Best Practices zur Arbeit mit YouTuber*innen, Visualisierung von Daten sowie zum Fundraising runden das Programm ab.

Klar ist: Das Beste an der reCampaign seid IHR. Denn erst ihr macht das Programm komplett. Bringt euch ein, teilt euer Wissen mit vielen und vernetzt euch. Denkt quer, stellt Fragen und habt vor allem Spaß!

Schön, dass ihr dabei seid!



reC 16

Die reCampaign ist DIE Konferenz für die Zivilgesellschaft im Netz. Rund 300 Gäste aus NGOs, Stiftungen, Sozialunternehmen und der Kommunikationsbranche diskutieren Online-Trends und erhalten handfeste Tipps für erfolgreiches Arbeiten im digitalen Wandel. Wie wird Meinung im Netz gemacht? Wie begegnen wir Hass und Hetze? Wie gehen wir mit Social Bots und Filterbubbles um? Welche Rolle spielen Algorithmen für die Arbeit von Kampagnenorganisationen? Und können Technologien bei der Bewältigung der sogenannten Flüchtlingskrise helfen?



Themen

2016 treffen wir uns zur siebten reCampaign. Diese Themen stehen im Mittelpunkt:

- **Hass im Netz**
Dialog versus Schreispiralen
- **Kommunikation in Krisen**
Neue Perspektiven und Methoden für NGOs
- **Daten-Strategien**
Big Data, Small Data, Open Data
- **Campaigning**
Best Practices im digitalen Wandel

Barcamp

Das Barcamp gilt unter Kenner*innen der reCampaign als das eigentliche Highlight. Beim Barcamp schlagen die Teilnehmer*innen ihre eigenen Themen vor, dann werden je nach Interesse die Räume verteilt. Wir treffen uns zur gemeinsamen Session-Planung am Dienstag um 10 Uhr im Großen Saal. Nutzt die Chance und setzt euer Thema auf die Agenda!

Ihr seid sicherlich nicht alleine mit eurer Frage. Holt euch Feedback und Input oder teilt eure Erfahrungen, damit andere davon profitieren können. Als Anregung haben wir schon ein paar Session-Vorschläge auf unserer Webseite zusammengetragen. Und jetzt kommt ihr: Worüber wollt ihr auf der reCampaign 2016 diskutieren?

Politisches Framing

NEUROKOGNITIVE KAMPAGNENFÜHRUNG

„Eine Flüchtlingswelle prallt auf unser Land!“ „Wir müssen das Klima retten!“ Worte und Sprachbilder aktivieren in unserem Gehirn gedankliche „Frames“ (Deutungsrahmen), die wir durch unsere individuelle Welterfahrung abgespeichert haben. Diese verleihen Fakten erst ihren Sinn. Und es sind Frames, nicht Fakten, die unsere politischen Entscheidungen anleiten. Die Keynote umreißt die wichtigsten Erkenntnisse darüber, wie neuronale Strukturen und Sprache das politische Denken und Entscheiden

beeinflussen. Wichtige Instrumente der neurokognitiven Kampagnenführung werden beleuchtet – eine Methode, die von Forscher*innen an der University of California, Berkeley, entwickelt wurde.



10:15 UHR



GROSSER SAAL



@E_WEHLING

ELISABETH WEHLING

Researcher University of California, Berkeley und
Direktorin des Berkeley International Framing Institute

Elisabeth Wehling studierte Soziologie, Journalistik und Linguistik in Hamburg und Rom und promovierte an der University of California, Berkeley. Seit 2013 leitet sie dort Forschungsprojekte zu politischer

Ideologie, öffentlichen Diskursen und unbewusster Meinungsbildung mit Methoden der Neuro- und Verhaltensforschung sowie der kognitionslinguistischen Diskursanalyse.

Ethical Design

WHY IT MATTERS

We check our phones more than 150 times per day. Knowledge workers spend a third of their day in email. Teenagers (aged 14-17) send 4,000 texts/month, or every six minutes awake. The more we live by our screens and spend time there, the more we live by design choices made by a small number of designers – a handful of young, mostly men, living in the Bay Area of California, working at a handful of tech companies. “Time Well Spent” is a movement to spark a new conversation about the kind of future we want from the technology industry.

Instead of a “time spent” economy where apps and websites compete for how much they get us to spend time, Time Well Spent aims to create an ecosystem competing to help us live by our values and spend time well.



AUF ENGLISCH



11:30 UHR



GROSSER SAAL



@TRISTANHARRIS

TRISTAN HARRIS

Design thinker, philosopher and entrepreneur

Tristan Harris was Product Philosopher at Google until 2016 where he studied how technology affects a billion people’s attention, wellbeing and behavior. He graduated from Stanford University with a degree

in Computer Science, focused on Human Computer Interaction. Today he is a leader in the “Time Well Spent” movement, for technology designed to enhance our humanity over additional screen time.

Was geht, YouTube?

POTENZIALE EINER KOOPERATION

YouTube wird für den WWF Deutschland immer wichtiger – um zu informieren und zu aktivieren. Die Serie „Öko mit Uke“ konnte erfolgreich auf YouTube als regelmäßiges Format etabliert werden, das Fakten zum umweltfreundlichen Leben zielgruppengerecht erzählt. Aktuell konnte der WWF YouTube auch für die kurzzeitige Mobilisierung der Community für die Kampagne #saveselous nutzen. Melanie Gömmel und Markus

Winkler werden uns beide Formate vorstellen, Erfahrungen teilen und Stärken und Schwächen aufzeigen.



14:15 UHR



GROSSER SAAL 1



@MELANIEGOEMMEL
@MW238

MELANIE GÖMMEL

Senior Social Media Managerin, WWF

Seit Anfang 2012 ist Melanie Gömmel für die Social Media Kanäle des WWF Deutschland verantwortlich und ist nach wie vor sicher, dass wir über soziale Medien viele Menschen davon überzeugen können, wie wichtig Umweltschutz für uns alle ist.

MARKUS WINKLER

Online Campaigner, WWF

Seit vier Jahren arbeitet Markus Winkler beim WWF Deutschland als Online Campaigner und verantwortet das Digitale rund um die politischen Kampagnen der Umweltschutzorganisation – von der Online Petition bis zur Mobilisierung über Social Media und Newsletter.

Die Digitale Müllabfuhr

RECHERCHE, AUSSPIELUNG UND DISTRIBUTION

Täglich werden Millionen Bilder in die sozialen Netzwerke geladen, die wir nie zu Gesicht bekommen. Bilder von Gewalt und Pornografie, und solche, die die großen sozialen Netzwerke schlicht als „unangemessen“ einstufen. Gesichtet und aussortiert werden die Fotos und Videos durch Billiglöhner*innen auf den Philippinen. Posttraumatische Belastungsstörungen der Angestellten werden von den Konzernen als Kollateralschaden eingepreist. Im vergangenen Mai übersetzte Moritz Riesewiek die Erfahrungen seiner Recherche

nach Manila in eine performance lecture. Gleichzeitig in Planung: ein Theaterstück, ein Buch, ein Dokumentarfilm und ein Hörspiel. Wie bespielt man diese unterschiedlichen Kanäle angemessen? Wie agiert man in einem Netzwerk unterschiedlichster Medien- und Projektpartner?



14:15 UHR



GROSSER SAAL 2



@GRUPPELAOKOON

MORITZ RIESEWIECK

Theaterregisseur und Gründer der Gruppe Laokoon

Moritz Riesewiek studierte Regie an der Hochschule für Schauspielkunst „Ernst Busch“ in Berlin. Mit der Gruppe Laokoon entwickelt er – oft von Recherchen ausgehend – ungewöhnliche Erzählformate.

CHRISTIAN RÖMER

Referent für Kultur und Neue Medien der Heinrich-Böll-Stiftung

Christian Römer studierte Theaterregie an der New York University. Er ist spezialisiert auf die Entwicklung von Festivals und Konferenzen, welche die Schnittstellen zwischen Netz- und Kulturgesellschaft untersuchen.

Von Daten zu Mustern

EINFÜHRUNG IN DIE DATENVISUALISIERUNG

Dieser Workshop gibt einen Überblick über Anwendungsfelder und Möglichkeiten von Datenvisualisierungen. Der erste Teil dient einer theoretischen Einführung in wahrnehmungspsychologische Grundlagen, konkreten Tipps zu Fallstricken, die es zu vermeiden gilt und Best Practices, die sich bewährt haben. Der anschließende Praxisteil beinhaltet eine kurze Demo-Session, bei der die Teilnehmer*innen anhand eines Online-Datenvisualisierungstools den

Prozess vom Suchen und Vorbereiten eines Datensatzes bis hin zum Analysieren und Visualisieren selbst nachvollziehen können.



14:15 UHR



KLEINER SAAL



@HERRSTANGE

JAN-ERIK STANGE

Interface- und Informationsdesigner, Urban Complexity Lab

Jan-Erik Stange ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Lehrender im Urban Complexity Lab an der Fachhochschule Potsdam. Seine Interessen liegen im Bereich Textdaten-

visualisierung, User Interface Design und Storytelling. In Workshops vermittelt er die Grundlagen der Datenvisualisierung.

Social Media in Krisen

BEDEUTUNG UND EINSATZMÖGLICHKEITEN IM BEVÖLKERUNGSSCHUTZ

Die zunehmende Verbreitung von sozialen Medien hat enormen Einfluss auf den Bevölkerungsschutz und dessen Kommunikationsstrukturen und stellt Gefahrenabwehrbehörden vor neue Herausforderungen. Dabei bringen sie nicht nur Risiken, sondern auch große Chancen mit sich. So können soziale Medien von Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben nicht nur für

ihre Risiko- und Krisenkommunikation genutzt, sondern bspw. auch zur Informationsgewinnung oder zum Crisis Mapping eingesetzt werden.



14:15 UHR



KONFERENZRAUM



@DGSMTech
@SYLVIA0991

ANJA KLEINEBRAHN
Vorstand, DGSMTech

Nach dem Studium der Geographie und Politikwissenschaften arbeitete Anja Kleinebrahn als Wissenschaftliche Mitarbeiterin beim Roten Kreuz. Seit 2015 ist sie Projektmitarbeiterin in der Abteilung Sicherheitsforschung der Berliner Feuerwehr.

SYLVIA STEENHOEK
Vorstand, DGSMTech

Nach dem Masterabschluss in Public Policy and Human Development arbeitete Sylvia Steenhoek beim Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe. Seit 2015 ist sie Dozentin für Social Media-Seminare an der Akademie für Krisenmanagement, Notfallplanung und Zivilschutz.

Gegen den Hass

DISKRIMINIERUNG ONLINE ENTGEGENTRETEN

Beim Blick in die Kommentarspalten diverser Medien kann einem schon mal Angst und Bange werden: Hass und Hetze scheinen immer stärker zu werden. Für Menschen, die Diskriminierungen ausgesetzt sind, sind manche Netzwerke schon jetzt nicht mehr nutzbar. Dem muss etwas entgegengesetzt werden!

In ihrem Input stellt Jasna Strick beispielhafte Online-Projekte gegen (Online-)Hass und deren Rahmenbedingungen vor. Im Anschluss soll über Strategien gegen diskriminie-

rende Kommentare diskutiert werden, aber auch über Möglichkeiten, proaktiv Kampagnen gegen Hass im Netz und außerhalb zu starten.



15:15 UHR



GROSSER SAAL 1



@TUGENDFURIE

JASNA LISHA STRICK
Autorin und netzaktive Feministin

Jasna Strick ist Autorin und Referentin zu den Themen Geschlechterpolitik, Netzfeminismus und Online-Kommunikation. Sie ist Mitinitiatorin des Hashtags #aufschrei, der 2013 mit dem Grimme Online Award aus-

gezeichnet wurde. Sie veröffentlichte 2013 zusammen mit drei anderen Frauen das Buch „Ich bin kein Sexist, aber...“ und war 2016 am Statement #ausnahmslos beteiligt.

Tod durch Tesla

ODER: WARUM WIR EINE (ANDERE) DISKUSSION ÜBER ALGORITHMEN BRAUCHEN

Wenn Algorithmen entscheiden, ist das neutral, wertfrei und besser, als wenn es Menschen machen. Sagen die einen. Algorithmen sind böse, unkontrollierbar und werden uns eines Tages zu ihren Sklaven machen. Sagen die anderen. Beides ist Unsinn. Richtig ist: Damit wir in den Genuss der positiven Auswirkungen „algorithmischer“ Technologien kommen können, müssen Nachvollziehbarkeit, Rechenschaftspflichten und wirksame Sanktionsmechanismen dafür sorgen, dass persönliche

Freiheiten nicht eingeschränkt und keine Entscheidungen getroffen werden, die mit unserer Vorstellung von Würde, Gerechtigkeit und Autonomie nicht in Übereinstimmung zu bringen sind.



15:15 UHR



GROSSER SAAL 2



@SPIELKAMP

MATTHIAS SPIELKAMP
Journalist, Mitgründer von AlgorithmWatch

Matthias Spielkamp ist Mitgründer von AlgorithmWatch, einer nicht-kommerziellen Initiative mit dem Ziel, Prozesse algorithmischer Entscheidungsfindung mit gesellschaftlicher Relevanz zu betrachten und einzuordnen. Darüber hinaus ist er Heraus-

geber von iRights.info, Partner beim iRights.Lab und Redaktionsleiter von mobil sicher.de. Daneben hat er Lehraufträge an deutschen Hochschulen und war mehrfach Sachverständiger des Bundestags.

PROGRAMM

Montag

09:00	Einlass	
10:00	Begrüßung	
10:15	KEYNOTE Politisches Framing Elisabeth Wehling	GROSSER SAAL
11:30	KEYNOTE Ethical Design Tristan Harris	
12:45	Mittagspause	
14:15	Was geht, YouTube? Melanie Gömmel, Markus Winkler	GROSSER SAAL 1
	Digitale Müllabfuhr Moritz Riesewieck, Christian Römer	GROSSER SAAL 2
	Von Daten zu Mustern Jan-Erik Stange	KLEINER SAAL
	Social Media in Krisen Anja Kleinebrahn, Sylvia Steenhoek	KONFERENZ-RAUM
15:00	Pause	
15:15	Gegen den Hass Jasna Lisha Strick	GROSSER SAAL 1
	Tod durch Tesla Matthias Spielkamp	GROSSER SAAL 2
	20-somethings Undertaking Journalism Engin Önder	KLEINER SAAL
	Das Zeitalter der Künstler! Dirk Dobiéy	KONFERENZ-RAUM
16:00	Kaffeepause	
16:30	Fundraising in NGOs Maheba Goedeke Tort, Johannes Ponader	GROSSER SAAL 1
	Responsible data Amy O'Donnell	GROSSER SAAL 2
	Das geht noch besser Felix Austen, Torsten Sewing	KLEINER SAAL
	Digital und ganz real Claudia Kostka	KONFERENZ-RAUM
17:15	Pause	
17:30	PANEL Hate Speech. Counter Speech. Dialog?!	GROSSER SAAL 1

PROGRAMM

Dienstag

10:00	Session-Planung	
	Pause (15 min.)	
11:15	Barcamp Runde 1	
	Pause (15 min.)	
12:30	Barcamp Runde 2	
	Mittagspause (75 min.)	
14:45	Barcamp Runde 3	Kampagnenklinik 14:30-16:15 KONFERENZRAUM 2
	Pause (15 min.)	
16:00	Barcamp Runde 4	
17:00	Abschluss auf der Treppe	

20-somethings Undertaking Journalism

REDEFINING A NEW FORM OF CITIZENSHIP THROUGH NEW MEDIA

After huge success as a Twitter-based livefeed that helped document the lawsuits in 2012, the Gezi Park protests 2013, the project has transformed itself with a new approach that embraces in-depth stories, interactive mapping, data visualization, and long-form reportage across multiple social media platforms. This session will show-and-tell of the cutting edge of modern day activism in Turkey. Co-founder Önder will describe how the innovative media project is filling a news gap left by

politically compromised mainstream outlets and how the new 140journos is using new media tools to restore the meaning of citizenship in Turkey.



AUF ENGLISCH



15:15 UHR



KLEINER SAAL



@140JOURNOS

ENGIN ÖNDER

Managing Partner at 140journos

He is the "catcher in the rye" of the Institute of Creative Minds, the creative agency that he founded, where he develops projects on media, design and marketing, participates in international biennials and provides consultancy services. Engin Önder

ended up finding himself in the media business due to the ecopolitics of the Turkish media. As the co-founder of the 140journos new media journalism project, he has been in a constant effort to understand, analyze and tell about Turkey since 2012.

Das Zeitalter der Künstler!

VON KREATIVEN DISZIPLINEN LERNEN

Wir erleben heute technologischen Fortschritt in einem nie gesehenen Tempo. Für Organisationen und Menschen werden Unsicherheit und Mehrdeutigkeit dadurch zum Normalzustand. Die Veränderung wird zur Konstante in unserem Leben. Es reicht für uns nicht mehr aus, rein linear und rational vorzugehen. Wir müssen andere Fähigkeiten stärker ausbilden: Wahrnehmungsvermögen, Reflexionsfähigkeit, Kreativität, Umgang mit Unplanbarkeit und

Ambiguität – alles Fähigkeiten, wie sie im Künstlerischen zu Hause sind. Was können Organisationen also von Künstlern lernen?



15:15 UHR



KONFERENZRAUM



@AGEOFARTISTS

DIRK DOBIÉY

Mitbegründer von Age of Artists

Mit dem gemeinnützigen Beratungs- und Ausbildungsunternehmen Age of Artists (AoA) verfolgt Dirk Dobiéy die Absicht von den kreativen Disziplinen zu lernen, um wirtschaftliche und gesellschaftliche Herausforderungen besser zu bewältigen. Zuvor

war Dobiéy in unterschiedlichen Führungsfunktionen bei SAP tätig und als Berater für Strategieentwicklung und Veränderungsmanagement aktiv, u. a. bei Hewlett Packard und T-Systems.

Authentisches Fundraising in NGOs

SICH EUROS VOLL HART GÖNNEN UND DABEI DIE WELT VERÄNDERN

Die Projekte „Mein Grundeinkommen“ und „Sanktionsfrei“ der Agentur zur Überwindung des Kapitalismus haben in den letzten zwei Jahren weit über eine Million Euro an Spenden eingeworben – das meiste davon in Form von Klein- und Kleinstspenden. Der Workshop beginnt mit einem Input zum konkreten Crowdfunding-Konzept hinter den Kampagnen. Danach werden diese Crowdfunding-Prinzipien in die Praxis umgesetzt,

indem die Teilnehmer*innen sie in Form eines Planspiels auf eine Fantasie-Kampagne anwenden.



16:30 UHR



GROSSER SAAL 1



@JOHANNESPONADER
@MAHEBAGT

JOHANNES PONADER
Strategie, Agentur zur Überwindung
des Kapitalismus

Johannes Ponader ist Autor, Schauspieler und Regisseur. Von April 2012 bis Mai 2013 war er politischer Geschäftsführer der Piratenpartei. Seit Sommer 2014 realisiert er mit mittlerweile 20 weiteren Aktivist*innen die Plattformen Mein Grundeinkommen und Sanktionsfrei.

MAHEBA GOEDEKE TORT
Öffentlichkeitsarbeit, Agentur zur
Überwindung des Kapitalismus

Maheba Goedeke Tort hat Politik- und Kommunikationswissenschaft studiert. Als Redakteurin bei der Deutschen Gesellschaft für die Vereinten Nationen lernte sie die Öffentlichkeitsarbeit von NGOs kennen und sorgt nun bei Mein Grundeinkommen dafür, dass die Kampagne richtig Speed bekommt.

Responsible Data

BEST PRACTICE

The changing digital landscape means that data is an increasingly important part of advocacy and campaigning. However mismanaged data can put communities, activists and organizations at risk, especially in the context of shrinking civil society space. Using the data lifecycle from design through collection, storage, and sharing to disposal of data, this session will focus on responsible data considerations of data advocacy. We'll exchange strategies for dealing with ethical, security and privacy challenges facing data-driven

advocacy while discussing common apprehension about dealing with data and share ideas about what good responsible data practice looks like.



AUF ENGLISCH



16:30 UHR



GROSSER SAAL 2



@AMY_ODONNELL

AMY O'DONNELL
ICT in Programme Lead, Oxfam Great Britain

Amy O'Donnell is an adviser on applications of information communications technologies (ICTs) to support programming at Oxfam Great Britain. Her role involves supporting staff working in humanitarian response, campaigning and long term develop-

ment to explore effective design and best practice in the use of ICTs. This involves working with programmes to establish the enabling role ICTs can play in improving quality, efficiency and reach.

Das geht noch besser

WARUM NGOS MEHR ÜBER LÖSUNGEN REDEN SOLLTEN

Konstruktiver Journalismus fragt: Wie gehen wir mit globalen Problemen um? Welche Lösungen haben Wissenschaft, Politik, Geschichte und schlaue Köpfe parat, um sie anzugehen? Er vermittelt komplexe Zusammenhänge und erschließt damit den Willen, etwas verändern zu können. NGOs arbeiten an den Lösungen globaler Probleme und sind auf engagierte Menschen angewiesen. Mit konstruktiver Kommunikation können

sie ihre Arbeit erklären und Menschen für sich gewinnen. Wir wollen in diesem Workshop die Botschaften einiger NGO auf ihren konstruktiven Gehalt abklopfen.



16:30 UHR



KLEINER SAAL



@AUSTENFELIX
@TORSTENSEWING

FELIX AUSTEN

Journalist und Autor für Umwelt und Nachhaltigkeit, Perspective Daily

Nach zwei Jahren als freier Journalist (u.a. für bild der wissenschaft, taz) und einer Zwischenstation beim Online-Portal „Grüner Journalismus“ arbeitet Felix Austen jetzt als Autor und Redakteur für Perspective Daily, das er von Beginn an begleitet.

TORSTEN SEWING

Kooperationen, Perspective Daily

Torsten Sewing schrieb als Journalist für taz, FR, FAZ u.a. Nach 9/11 stieg er aus dem Journalismus aus, arbeitete für eine Friedens-NGO sowie als CSR-Berater und absolvierte ein Studium im Feld der Konflikttransformation. Jetzt ist er für den Aufbau von Perspective Daily e.V. verantwortlich.

Digital und ganz real

WANDEL GESTALTEN

Veränderungsprozesse folgen typischen Mustern. Wenn wir diese kennen, können wir leichter kreative Gestaltungsspielräume schaffen, neue Horizonte entdecken und Menschen für noch unbekanntere Wege begeistern. In diesem Workshop wollen wir gemeinsam klären, was Wandel im digitalen Zeitalter für den Einzelnen bedeutet und wie die digitalen Medien die Veränderung beschleunigen. Außerdem geht es

um die Frage wie man Veränderungen in Organisationen erfolgreich gestaltet und was NGOs daraus für sich mitnehmen können.



16:30 UHR



KONFERENZRAUM



@CLAUDIA_KOSTKA

CLAUDIA KOSTKA

Selbständig, Energetic Change

Als Unternehmensberaterin, Trainerin und Coach begleitet Claudia Kostka seit über 20 Jahren Menschen in Organisationen bei der Gestaltung ihrer Veränderungsprozesse. Als Oberingenieurin an der TU Berlin hat sie bereits 1998 das Fach Verände-

rungsmanagement eingeführt und in Workshops an Studierende vermittelt. Ihre Fachbücher zu den Themen „Kontinuierlicher Verbesserungsprozess“, „Change Management“ und „Coaching“ sind im Carl Hanser Verlag erschienen.

Debatte

Hate Speech. Counter Speech. Dialog?!

Die digitale Dialogkultur hat sich stark gewandelt und scheint zunehmend von Hass geprägt zu sein. Menschen, die politisch und gesellschaftlich etwas bewegen wollen, sind auf Kommunikation und Dialog angewiesen. Doch ist Kommunikation angesichts von Hass und Hetze im Netz noch möglich? Begünstigt die Logik sozialer Medien rassistische Meinungen und extremistisches Gedankengut? Wie begegnet man diesem Netzphänomen heute am besten? Welche Strategien haben sich bewährt?

Was bedeutet die sich wandelnde Dialogkultur eigentlich für Menschenrechte, Meinungsfreiheit und Demokratie? Müssen wir Kampagnenarbeit und Kommunikation in Netz neu denken?

In einer offenen Podiumsdiskussion mit Publikumsbeteiligung wollen wir diese Facetten beleuchten und nach Handlungsansätzen suchen.



17:30 UHR



GROSSER SAAL 1

Die KEYNOTES, WORKSHOPS und DEBATTE veröffentlichen wir bald nach der Konferenz als Mitschnitt in voller Länge!



Live und danach

Wir freuen uns während der Konferenz über Kommentare via Twitter und Facebook! Bitte nutzt dabei das Hashtag #rc16, um die Beiträge für alle Interessierten auffindbar zu machen.



twitter.com/recampaign



facebook.com/recampaignberlin



recampaign.de/blog

Präsentationen, Audio-Mitschnitte, Fotos und Videos von der Konferenz findet Ihr zeitnah unter archiv.recampaign.de oder:



scribd.com/recampaign



soundcloud.com/recampaign



flickr.com/recampaign



vimeo.com/recampaign

Vielen Dank

IN ZUSAMMENARBEIT MIT

 HEINRICH
BÖLL
STIFTUNG

HAUPTFÖRDERER

 **campact!**
Bewegt Politik!

KONFERENZPARTNER

 **GLS Bank**
das macht Sinn

 **dieUmwelt
Druckerei**

 **STIFTUNG
MERCATOR**

 **dpunkt.verlag**

 **AMNESTY
INTERNATIONAL**

 **O'REILLY®**

 **Körper-STIFTUNG**
Forum für Impulse



MEDIENPARTNER

 **THE
CHANGER**

 **Stiftung
Sponsoring**

 **#DMW**
DIGITAL MEDIA WOMEN

 **Blätter für
deutsche und
internationale
Politik**

 **RESET**
TIMES FOR A BETTER WORLD

 **politik &
kommunikation**

 **taz.die tageszeitung**

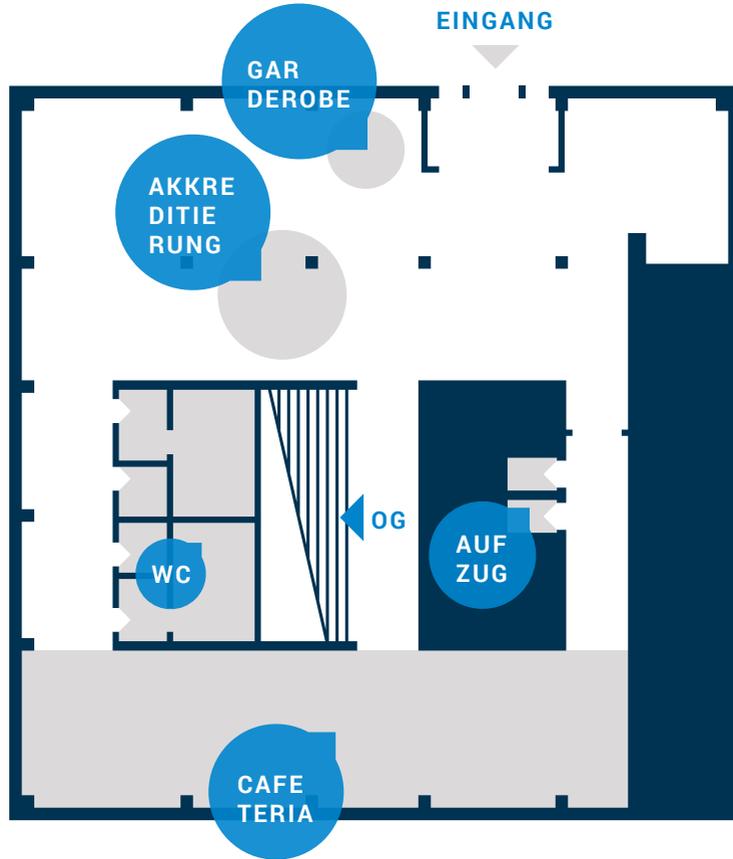
 **LE MONDE**
diplomatique

 **der Freitag**
Das Meinungsmedium

 **Fundraiser
magazin**

Raumplan

EG

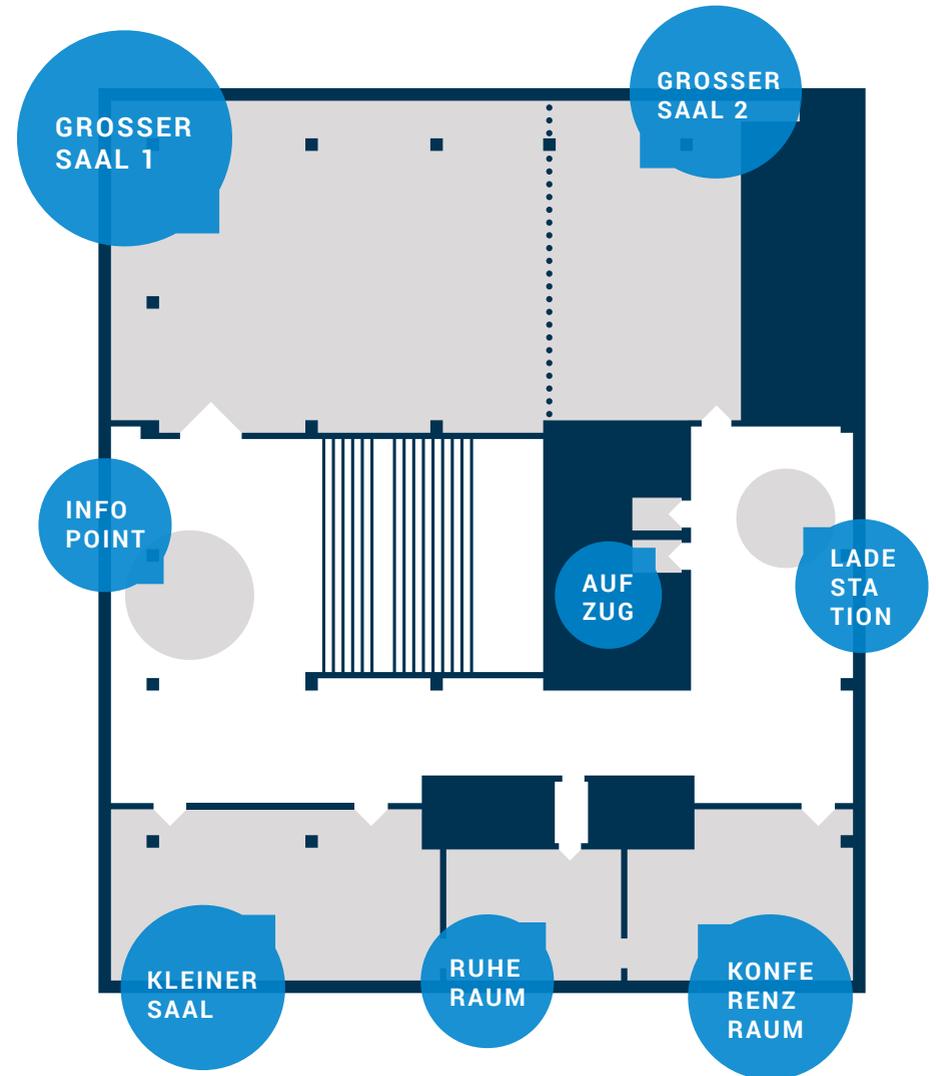


Heinrich-Böll-Stiftung

Schumannstraße 8 | 10117 Berlin | boell.de

Raumplan

OG



Vielen Dank fürs Kommen!

Lust auf mehr?

Tragt euch in unsere Mailingliste ein:

<https://is.gd/rc16liste>

#RC16

V.i.S.d.P.
Wigwam eG
Prinzenallee 74
13357 Berlin

WWW.RECAMPAIGN.DE