

HANDOUTS

GRUPPE 1: UNTERSTÜTZUNG VON GAMERINNEN

Eure Gruppe konzentriert sich auf Gamerinnen, sowohl auf diejenigen, die beschimpft wurden, als auch auf diejenigen, die möglicherweise befürchten, beschimpft zu werden.

- Was sind eure Schlüsselbotschaften?
- Wie könnt ihr Gamerinnen das Gefühl vermitteln, dass sie unterstützt werden?
- Welche Handlungsvorschläge habt ihr für sie?

Überlegt, welche Online-Tools ihr nutzen könnt, um Solidarität unter Gamerinnen zu schaffen.

GRUPPE 2: DIE „TÄTERINNEN“ ERREICHEN

Eure Gruppe wird versuchen, diejenigen anzusprechen, die Gamerinnen beschimpfen oder versucht sein könnten, es zu tun.

- Was sind eure Schlüsselbotschaften?
- Wie könnt ihr sie überzeugen, ihr Verhalten zu ändern?
- Welche Informationen braucht ihr?

Überlegt, welche Online-Tools ihr nutzen könnt, um so viele Mitglieder eurer Zielgruppe wie möglich zu erreichen.

GRUPPE 3: AKTIONEN VON ONLINE-GAMERINNEN ANREGEN

Eure Gruppe richtet sich an die Mitglieder der Online-Gaming-Community, die Zeuginnen von Hate Speech gegenüber Gamerinnen sind, sich aber selbst nicht aktiv beteiligen.

- Was müssen sie wissen?
- Was sollten sie eurer Meinung nach tun?
- Wie könnt ihr sie überzeugen, das zu tun?

Überlegt, welche Online-Tools ihr nutzen könnt, um so viele GamerInnen wie möglich zu Aktionen anzuregen.

GRUPPE 4: ERREICHEN DER POLITISCHEN VERANTWORTUNGSTRÄGERINNEN

Eure Gruppe konzentriert sich auf diejenigen, die das Problem bekämpfen können, weil sie politische Positionen innehaben oder in der Regierung eures Landes sitzen.

- Was sind eure Schlüsselbotschaften?
- Wie könnt ihr eure Zielgruppe überzeugen, sich mit dem Problem zu befassen?
- Welche Handlungsempfehlungen habt ihr für sie?

Überlegt, welche Online-Tools ihr nutzen könnt, um so viele Mitglieder eurer Zielgruppe wie möglich zu erreichen.

HANDOUTS

GRUPPE 5: ONLINE-PROVIDER ERREICHEN

Eure Gruppe konzentriert sich auf diejenigen, die das Problem direkt bekämpfen könnten, zum Beispiel Website-EigentümerInnen, Internetprovider und AdministratorInnen der Online-Community.

- Was sind eure Schlüsselbotschaften?
- Wie könnt ihr eure Zielgruppe überzeugen, sich mit dem Problem zu befassen?
- Welche Handlungsempfehlungen habt ihr für sie?

Überlegt, welche Tools ihr nutzen könnt, um so viele Mitglieder eurer Zielgruppe wie möglich zu erreichen.

GRUPPE 6: ÖFFENTLICHES BEWUSSTSEIN SCHAFFEN

Eure Gruppe konzentriert sich darauf, die Öffentlichkeit für das Problem zu interessieren.

- Was sind eure Schlüsselbotschaften?
- Was sollten die Menschen eurer Meinung nach tun?
- Welche Informationen braucht ihr?

Überlegt, welche Online-Tools ihr nutzen könnt, um Menschen dazu zu motivieren, bei eurer Kampagne mitzumachen.