

Kommunikationskonzept „ONE DAY OFF – Ein Tag ohne Handy“

Zielsetzung

Der Aktionstag #ODO am 07.07.2026 sensibilisiert Schüler*innen, Eltern und Lehrkräfte für einen bewussteren, reflektierten Umgang mit digitalen Medien. Ziel ist das bewusste Wahrnehmen und Erleben von Gemeinschaft, Konzentration und echter sozialer Interaktion, weniger der Verzicht.

Pädagogische Hauptziele

Förderung medialer Selbstreflexion und kritische Auseinandersetzung mit dem eigenen Nutzungsverhalten.

- Genuss von alternativen Erlebnissen im Alltag
- Erleben von digitaler Entschleunigung und Förderung von Achtsamkeit im Alltag.
- Reduktion von Gruppenzwang und digitalem Dauerstress („Alle machen mit – Gemeinschaftserlebnis ONE DAY OFF“).
- Stärkung der Vorbildfunktion von Erwachsenen & Anstoß zu Diskussionen in der Familie und in der Schulkasse

Zielgruppen

- Schüler*innen – Primäre Zielgruppe, erleben die Challenge aktiv
- Lehrkräfte – Multiplikator*innen und pädagogische Begleitung
- Eltern – Unterstützende und reflektierende Rolle
- Öffentlichkeit & Medien – Multiplikatoren für Reichweite und gesellschaftliche Sensibilisierung
- Vereine & Partnerorganisationen – Unterstützende Akteur*innen, die Alternativangebote schaffen.

Kommunikationsphasen

Phase	Zeitraum	Maßnahmen
Vorbereitung	Juli 2025 – Februar 2026	Konzeptentwicklung, Kooperationen, Logo, Merchandising, Website, Pressearbeit
Kommunikationsstart	Okt.–Dez. 2025	„Save the Date“, Social Media Kampagne, Influencer*innen-Kontakte, Schulverteiler, Elternbrief
Aktionsvorbereitung an Schulen	März–Juni 2026	Versand Infopakete, Countdown, Workshops, Schüleraktionen, lokale Medienarbeit
Aktionstag #ODO	07.07.2026	Durchsagen, Workshops, Handy-Sammelboxen, Alternativangebote, Pressebegleitung
Nachbereitung & Evaluation	Juli–Sept. 2026	Feedback, Umfragen über Portal, Medienberichte, Urkundenversand

Kommunikationskanäle

- Print:
 - Plakate,
 - Flyer,
 - Postkarten,
 - Elternbriefe
- Digital:
 - Schulwebseiten



- Social Media (Instagram, LinkedIn)
- Newsletter MSP NRW (900 Abonnenten)
- Landingpage
- Direktkommunikation:
 - Schulleitungen
 - Schulsozialarbeiter*innen,
 - Lehrkräfte,
 - Klassenbesuche/ Peereinsätze (z.B. Netpiloten)
 - Durchsagen
- Öffentlichkeitsarbeit:
 - WDR, RTL West, Morgen Magazin ARD/ZDF,
 - Ministerium für Schule und Bildung NRW,
 - regionale Medien
- Influencer-Marketing:
 - Kooperationen mit Sport- & Lehrer-Influencer*innen

Kernbotschaften & Slogans

- „Offline ist der neue Luxus.“
- „Ein Tag ohne Handy – ein Tag mit echten Gesprächen.“
- „Genieße Langeweile – entdecke dich selbst.“
- „Sei präsent – auch ohne 1000 Likes.“

Aktionen & Alternativangebote an Schulen

- Workshops:
 - zB. „Was macht mein Handy mit mir?“ / „Kommunikation ohne Emojis“
- Reflexionswand:
 - Erfahrungen & Gedanken zum Tag ohne Handy
- Kreativwettbewerb:
 - „Was mache ich ohne Handy?“
- Vereine & Freizeitangebote:

- stellen sich vor und bieten Aktivitäten
- Praktischer Unterricht:
 - Projekte, Experimente, Gespräche statt Geräte
- Pausenangebote:
 - Spiele, Musik, Gesprächsrunden, Bewegung

Anmeldung & Teilnahme

Über eine Landingpage/Portal:

- Angabe von Schulart, Schüler*innenzahl und Postleitzahl zur statistischen Erfassung
- Nach Anmeldung: kostenloses Infomaterial (Plakate, Methoden, Elternbriefe)
- Zugang zu pädagogischen Materialien und Reflexionsmethoden

Evaluation

- Online-Umfragen über das Portal für Schüler*innen & Lehrkräfte
- Feedbackrunden an Schulen
- Dokumentation über Schulblogs, Schülerzeitungen, Social Media
- Auswertung der Beteiligung (Anzahl Schulen, Feedback, Reichweite der Medienkampagne)

Projektbeteiligte

- Schulen & Schülervertretungen
- Ministerium für Schule und Bildung NRW
- Vereine & Freizeitorisationen
- MSP NRW e.V.
- Medienpartner (WDR, RTL, Print)
- Influencer*innen & Multiplikator*innen
- Krankenkassen