



Reader für SMEP-Schülerinnen und SMEP-Schüler

Schüler-Medienmentoren-Programm

Schüler-Medienmentoren-Programm

Reader für SMEP-Schülerinnen
und SMEP-Schüler

Impressum

Herausgeber und Bezugsadresse
Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ)
Vertreten durch Direktor Michael Zieher
Rotenbergstr. 111
70190 Stuttgart
Tel.: +49 (0)711 2850-6
Fax: +49 (0)711 2850-780
E-Mail: beratungsstelle@lmz-bw.de
URL: www.lmz-bw.de

Redaktion

Kathrin Müller
Sebastian Seitner

Autorinnen und Autoren

Martin Dörr
Stephan Lung

Mitarbeiter/-innen und Referenten und Referentinnen
des LMZ

Kooperation

Für Informationen zum Datenschutz und zur Datenschutzgrundverordnung bedanken wir uns sehr herzlich beim Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Baden-Württemberg für die Zusammenarbeit. Das Kapitel „Onlineshopping“ entstand in Kooperation mit der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg, gefördert durch das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg.

Layout und Gestaltung

alles mit MEDIEN, Anke Enders

Lektorat und Korrektorat

SAW Communications, Dr. Sabine A. Werner

Stuttgart, Januar 2022

Sofern nicht anders vermerkt, stehen die Inhalte unter einer CC BY-NC-SA 4.0 Lizenz. Sämtliche Rechte an dieser Publikation liegen beim Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ).

Nichtkommerzielle Vervielfältigung und Verbreitung ist erlaubt unter Angabe des Herausgebers LMZ Baden-Württemberg und der Website www.lmz-bw.de.

Sonstige Illustrationen sind nicht frei zu verwenden.

Illustrationen: Gettyimages, iStock,
Wikimedia Commons

Piktogramme: Anke Enders

Titelbild: [gettyimages/Rawpixel](https://www.gettyimages.com)

Sollten Sie auf eine Urheberrechtsverletzung aufmerksam werden, bitten wir um einen entsprechenden Hinweis. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir umgehend handeln.

Soweit Inhalte des Angebotes des LMZ auf externe Internetseiten verweisen, hat das LMZ hierauf keinen Einfluss. Diese Internetseiten unterliegen der Haftung der jeweiligen Betreiber. Das Setzen von externen Links bedeutet nicht, dass sich das LMZ die hinter dem Verweis oder Link liegenden Inhalte zu eigen macht. Das LMZ hat bei der erstmaligen Verknüpfung der externen Links die fremden Inhalte daraufhin überprüft, ob etwaige Rechtsverstöße bestehen. Zu diesem Zeitpunkt waren keine Rechtsverstöße ersichtlich. Das LMZ hat keinerlei Einfluss auf die aktuelle und zukünftige Gestaltung und auf die Inhalte der verknüpften Seiten. Eine ständige inhaltliche Überprüfung der externen Links ist ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht möglich. Bei Verlinkungen auf die Websites Dritter, die außerhalb des Verantwortungsbereichs des LMZ liegen, würde eine Haftungsverpflichtung nur bestehen, wenn das LMZ von den rechtswidrigen Inhalten Kenntnis erlangte und es technisch möglich und zumutbar wäre, die Nutzung dieser Inhalte zu verhindern. Bei Kenntnis von Rechtsverstößen werden derartige externe Links unverzüglich gelöscht.

Über das Schüler-Medienmentoren-Programm

Das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg bildet mit dem Schüler-Medienmentoren-Programm jährlich etwa 600 Jugendliche zwischen 12 und 16 Jahren zu Schüler-Medienmentorinnen und -mentoren aus. Dabei geht es um Medienproduktion (Video, Audio, Print, Programmieren), Jugendmedienschutz und Medienanalyse. Das Schüler-Medienmentoren-Programm ist Teil der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg und wird vom Landesmedienzentrum Baden-Württemberg im Auftrag des Kultusministeriums Baden-Württemberg durchgeführt.

Hinweis:

SMEP ist die Abkürzung für das Schüler-Medienmentoren-Programm. Alle Aktivitäten im Rahmen des Programms werden ebenfalls einfach „SMEP“ genannt und die Beteiligten „Smepper“.

Liebe Schülerinnen und Schüler,

Smartphone, Internet und Co sind aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken. Von der Kommunikation mit Freunden, Freundinnen und mit der Familie per Messenger über die Freizeitplanung, Spiele, Video- und Musikstreaming bis hin zur Informationsbeschaffung, Meinungsäußerung und zuletzt auch dem Unterricht ist unser Alltag geprägt von digitalen Medien.

Damit eröffnen sich schier unendliche Möglichkeiten, die aber nicht immer unproblematisch sind: Sichtbarkeit und Vernetzung führen zu weniger Privatsphäre; die Bequemlichkeit kostenfreier Angebote geht einher mit personalisierter Werbung; einfach zu bedienende kreative Tools schaffen Raum für Manipulation; vermeintliche Anonymität im Netz senkt die Hemmschwelle, Beleidigungen und Lügen zu veröffentlichen und die Schnelllebigkeit führt zu FOMO, der Angst, etwas zu versäumen, und Druck.

Mit dem Schüler-Medienmentoren-Programm (SMEP) möchte das Landesmedienzentrum euch dabei unterstützen, mit diesen Risiken souverän umzugehen, und euch gleichzeitig aufzeigen, wie ihr Medien kreativ, vielseitig und kompetent nutzen könnt. Unser Ziel ist es, euch so fit im Umgang mit den verschiedenen Medien und Medienangeboten zu machen, dass ihr euer Wissen und Können später innerhalb eurer Schule (oder auch darüber hinaus) weitergeben könnt.

Ob eigene Projekte oder Workshops, Beratungsangebote für Mitschüler/-innen, die Unterstützung bei Elternabenden zu Medienthemen oder die Mitgestaltung der Schul-Website, eines Schulblogs, -radios oder -podcasts – die Möglichkeiten, als „Smepper“ aktiv zu sein, sind vielfältig. Um euch dabei zu unterstützen, haben wir diesen Reader herausgebracht, der euch als Ausbildungshandbuch und auch als Nachschlagewerk im Smepper-Alltag dienen soll.

Bei SMEP gibt es zwei große Schwerpunkte:

- a) SMEP Classic widmet sich der **aktiven Medienarbeit** (Mediengestaltung, Webdesign, Audio, Video, Präsentation, Programmieren). Hier befasst ihr euch nicht nur mit den verschiedenen Medien, sondern entwickelt erste eigene Medienprodukte.
- b) SMEP **Jugendmedienschutz** umfasst Themen, wie Smartphones, Datenschutz, Cybermobbing, Fake News und Selbstinszenierung im Netz. Hier geht es also vor allem um Risiken, problematische Inhalte und rechtliche Aspekte.

Das Kapitel **„Mentor/-in sein“** ist Bestandteil beider Kursvarianten. Hier geht es um die richtige Planung von Projekten, die Arbeit als Team und als Mentor/-in sowie Medienkompetenz im Allgemeinen.

Nach eurer Ausbildung halten euch Fortbildungen, Ferienkurse und das mentoren-net – ein von uns extra für euch eingerichtetes Soziales Netzwerk – immer auf dem aktuellen Stand und bieten euch die Möglichkeit zum Austausch mit anderen Smeppern.

Ich wünsche euch viel Spaß und spannende Erkenntnisse bei eurer Ausbildung und Mentorentätigkeit und danke euch für eure Bereitschaft, euer Wissen und Können mit anderen Jugendlichen zu teilen.

Michael Zieher

Direktor des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg

Kapitel 1: Mentor/-in sein

13 Medienkompetenz

15 Was ist Medienkompetenz?

17 Projektmanagement

19 Projektmanagement

19 Start / Themenfindung

21 Planung

25 Durchführung

33 Abschluss

34 Auch uns ist deine Meinung wichtig!

35 Teammanagement

37 Teamarbeit

38 Motivation

40 Gesprächsführung

41 Schwierige Situationen

43 Du als Smepper

45 Aufgaben der Schüler-Medienmentoren und -mentorinnen

46 Deine Rolle als Schüler-Medienmentor/-in

47 Rechte und Pflichten der Schüler-Medienmentoren und -mentorinnen

49 Arbeitsmaterialien

51 Das mentoren-net

55 Methodensammlung

59 Der Medienzentrenverbund

61 Die SMEP-Aufgabe

Kapitel 2: Aktive Medienarbeit

65 Mediengestaltung

- 67 Richtig layouten! Die Grundlagen
- 68 Typografie
- 69 Bildgestaltung
- 72 Bildformate
- 72 Dateiformate und ihre Verwendungsmöglichkeiten
- 73 Die Planung eines Printproduktes

79 Webdesign

- 81 Die Grundlagen des Webdesigns
- 82 Das Konzept
- 82 Die Inhalte
- 86 Das Design
- 86 Technik

89 Audio

- 91 Audiotechnik und -anwendungen in der Praxis
- 93 Atem- und Sprechübungen
- 95 Hörspiel
- 97 Interview
- 99 (Schul-)Rudiosendung

105 Video

- 107 Konzeption
- 111 Die Grundlagen der Filmsprache
- 116 Die häufigsten Fehler beim Filmen
- 117 Filmschnitt
- 118 Die Ausgabe der fertigen Filmdateien (Encoding)
- 119 Ein eigenes YouTube-Video erstellen
- 120 Kurzfilm-Formen
- 122 Filme genauer betrachten

123 Präsentation

- 125 Grundlagen für Präsentationen
- 126 Gestaltungskriterien: Schrift, Farben, Bilder
- 128 Das sichere Auftreten beim Präsentieren

- 130 Faustregeln für eine gelungene Präsentation
- 134 Das Visualisieren

- 139 Programmieren
 - 141 Die Welt der Algorithmen
 - 142 Grundlegende Begriffe der imperativen Programmierung
 - 143 Programmiersprachen
 - 143 Scratch
 - 148 Swift
 - 149 Boards und Computer zum Programmieren

Kapitel 3: Jugendmedienschutz

- 155 Gesetzliche Grundlagen
 - 157 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)
 - 157 Strafgesetzbuch (StGB)
 - 157 Jugendschutzgesetz (JuSchG)
 - 158 FSK und USK
 - 159 Jugendmedienschutz-Organisationen

- 161 Datenschutz und Informationsfreiheit
 - 163 Datenschutz
 - 163 Personenbezogene Daten
 - 164 Datenschutz und die informationelle Selbstbestimmung
 - 165 Datenschutz in Sozialen Netzwerken
 - 166 Datenschutz in Deutschland und Europa
 - 167 Hilfe bei Fragen und Anliegen zum Datenschutz
 - 168 Die Informationsfreiheit

- 169 Urheberrecht im Internet
 - 171 Illegale Downloads
 - 171 Illegale Uploads
 - 172 Legale Downloads
 - 172 Creative-Commons-Lizenz

177 Verbraucherschutz

- 179 Onlineshopping
- 182 Die Informationspflicht des Verkäufers
- 183 Online bezahlen
- 185 Das Widerrufsrecht
- 186 Das Gewährleistungsrecht: „Das Ding ist doch kaputt!“
- 187 Risiken beim Onlinekauf
- 188 Kundenbewertungen, Testseiten und Co
- 189 Ändern sich da etwa die Preise?

191 Big Data

- 193 Datenspuren im Netz
- 196 Ist Big Data eine Chance oder Gefahr für unsere Gesellschaft?
- 198 Was können wir tun?

201 Smartphone und Apps

- 203 Ein multimedialer Alleskönner
- 206 Problemzone Smartphone
- 208 Tipps für die Nutzung von Smartphones

213 Kommunikation und Selbstinszenierung im Netz

- 215 In und mit Medien kommunizieren
- 215 Selbstinszenierung im Netz
- 217 Kommunikation und die eigene Präsentation in Sozialen Netzwerken
- 217 Wo ist das Problem?
- 219 Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre in Sozialen Netzwerken
- 220 Tipps zur Kommunikation im Netz

223 YouTube

- 225 YouTube – Geschichte einer Internetplattform
- 225 Welche Video-Kategorien gibt es?
- 226 Einen YouTube-Kanal analysieren
- 227 Werbung auf YouTube
- 228 Traumberuf YouTuber? Interview mit Oğuz Yilmaz

231 Mobbing und Cybermobbing

- 233 Was hinter Cybermobbing steckt
- 234 Die Ursachen von Cybermobbing
- 235 Mögliche Auswirkungen von Cybermobbing
- 236 Cybermobbing: Was kannst du tun?

239 Hatespeech

- 241 Was ist Hatespeech?
- 241 Warum sollte man dagegen etwas tun?
- 242 Welche Strategien werden bei Hatespeech genutzt?
- 243 Was kann man tun?
- 248 Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG)
- 248 Extremismus im Internet

251 Fake News

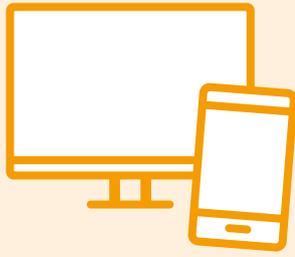
- 253 Fake News verstehen und erkennen
- 254 Warum sind Fake News so schlimm und gefährlich?
- 255 Fake News sind leicht erstellt
- 255 Was kann man also tun? Wie erkenne ich Falschmeldungen?
- 256 Berichterstattung in der Presse

Grundlagen

Mentor/-in sein

- 13** Medienkompetenz
Was ist Medienkompetenz?
- 17** Projektmanagement
Wie bereite ich mein Projekt vor
und setze es um?
- 35** Teammanagement
Wie leite ich meine SMEP-Gruppe an?
- 43** Du als Smepper
Was sollte ich als Smepper beachten?
- 49** Arbeitsmaterialien
Welche Materialien stehen mir für
SMEP zur Verfügung?





Medienkompetenz

Auf einen Blick

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen sich im Rahmen deines Projektes mit dem Thema Medienkompetenz auseinandersetzen. Dabei ist es wichtig, dass sie sich mit dir gemeinsam Gedanken darüber machen, wie Medien funktionieren, wie sie wirken und welchen Einfluss sie auf uns haben.

Mit anderen über Medien zu reden, bedeutet auch, dass du dich mit ihnen über Probleme in und mit den Medien austauschen kannst. Dies können unterschiedliche Dinge sein, beispielsweise Mobbing im Netz oder Kostenfallen. Auch illegale Downloads und deren Konsequenzen können angesprochen werden und es sollte aufgezeigt werden, welche Alternativen es dazu gibt. Du findest im Modul „Jugendmedienschutz“ viele weitere Themen, die mit den Medien zusammenhängen und über die ihr in der Projektgruppe sprechen könnt.

Inhalt

Was ist Medienkompetenz?	15
--------------------------------	----

Was ist Medienkompetenz?

Medienkompetenz nach Dieter Baacke wird verstanden als „sachgerechter (1), selbstbestimmter (2), kreativer (3) und sozial verantwortlicher (4) Umgang mit Medien.“

Quelle: Baacke, Dieter: „Medienkompetenz“; Nimeyer Verlag, Tübingen 1997

Es geht also darum,

1. Medienbotschaften zu verstehen und zu hinterfragen,
2. Medien sinnvoll zu nutzen und ihre Wirkung reflektieren,
3. Medien zu gestalten und zur Kommunikation einzusetzen und
4. Medien in ihren Produktionsbedingungen sowie ihrem Bezug zur gesellschaftlichen Wirklichkeit zu erkennen und zu verstehen.

Einfache Schritte zur Medienkompetenz

- Wir nutzen Medien, um mit anderen Menschen zu kommunizieren – über Textnachrichten, Bilder, Videos etc. Wie beim Sprechen gibt es bei der Kommunikation durch Medien Dinge, die du besser nicht tun solltest, weil andere sie falsch verstehen könnten. Du kannst mithilfe von Medien lügen, andere verletzen oder einfach nur übertreiben. Mehr zum Thema Kommunikation mit Medien erfährst du im Modul „Jugendmedienschutz“.
- Gerade im Hinblick auf jüngere Kinder ist es wichtig, dass du dir genau überlegst, wie du dich als Vorbild in der Medienwelt richtig verhältst. Aus diesem Grund solltest du viel darüber lernen, wie Medien gemacht werden. Mit der Produktion von Medien und allem, was dazugehört, beschäftigen wir uns im Modul „Aktive Medienarbeit“.
- Niemand will dir den Spaß an den Medien nehmen! Viele Plattformen, Filme, Shows und digitale Spiele stellen dir Vorbilder zur Verfügung, die du in deinem privaten Umkreis nicht finden würdest.
- Bevor du anderen etwas beibringst, ist es notwendig, dass du selbst überlegst, was wirklich wichtig und interessant ist.
- Wenn du anderen etwas beigebracht hast, das sie vorher nicht konnten oder wussten, dann hast du den Beweis, dass du es selbst verstanden hast. Mit der Zeit gibt es sicherlich auch weitere interessante Neuerungen, die auf dich warten. Informiere dich kontinuierlich weiter, denn mit der Weiterentwicklung der Mediengesellschaft wächst auch der Bedarf, stetig Neues zu lernen.



Auf diesen Quiz-Seiten kannst du dein eigenes Wissen zu unterschiedlichen Medienthemen testen:

- www.klicksafe.de/service/aktuelles/quiz/
- www.testedich.de/quiz36/quiz/1427287268/Medienkompetenz
- www.grimme-medienkompetenz.de/mk_quiz/mk_quiz.pl

Teste dein Wissen vor der Ausbildung und nach der Ausbildung zum / zur Schüler-Medienmentor/-in. Was wusstest du schon vorher, was hast du in der Ausbildung neu dazu gelernt?

Das Quiz von SCHAU HIN richtet sich an Erwachsene bzw. Kinder und Jugendliche, die die Aufgabe gemeinsam mit ihren Eltern lösen können. Du kannst das Quiz beispielsweise bei einem Elternabend empfehlen oder als Auflockerung bei einem Elternabend spielen:

<https://medienquiz.schau-hin.info/>



Projektmanagement

Auf einen Blick

Du hast dich entschieden, an der Ausbildung zum / zur Schüler-Medienmentor/-in teilzunehmen und deiner Schule im Anschluss daran als Ansprechpartner/-in in Sachen Medien für deine Mitschüler/-innen und Lehrkräfte zur Verfügung zu stehen. Aber nicht nur die Inhalte, die du im Modul „Aktive Medienarbeit“ oder im Modul „Jugendmedienschutz“ erlernst, machen dich zu einem / einer Mentor/-in. Um Angebote im Bereich der Medienbildung an deiner Schule umzusetzen, ein Beratungsangebot für Mitschüler/-innen und Lehrkräfte zu schaffen und eigene Projekte durchzuführen, benötigst du ebenfalls Kompetenzen im Bereich Projektmanagement. Wie du dir diese am besten aneignest, lernst du in diesem Kapitel.

Inhalt

Projektmanagement	19
Start / Themenfindung	19
Planung	21
Durchführung	25
Abschluss	33
Auch uns ist deine Meinung wichtig!	34

Projektmanagement

Als Schüler-Medienmentor/-in führst du Projekte im Bereich Medien an deiner Schule durch. Ein Projekt ist zeitlich, finanziell und personell begrenzt, beinhaltet eine bestimmte Aufgabenstellung und verfolgt klare Ziele. Häufig werden Projekte im Team umgesetzt. Damit das Projekt erfolgreich abgeschlossen werden kann, ist eine genaue Projektplanung erforderlich.

Ein Projekt umfasst mehrere Phasen, die du in der Folge näher kennenlernst:



Start / Themenfindung

Am Anfang eines jeden Projektes steht die Projektidee. Was möchtest du gerne als Schüler-Medienmentor/-in an deiner Schule umsetzen? Was erwartet die Schule von dir?

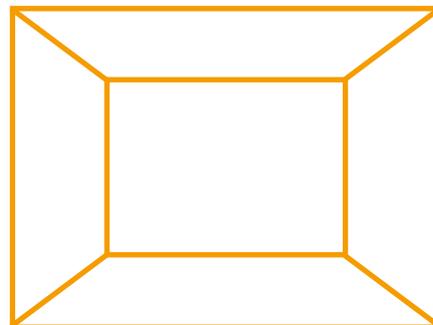


Methoden zur Themenfindung

Tischset (Placemat)

Setzt euch in Gruppen von vier Personen zusammen um einen Tisch. In der Mitte des Tisches liegt ein großes Blatt Papier. Das Papier ist in fünf Bereiche aufgeteilt, so wie die Abbildung zeigt.

Jeder / jede Teilnehmer/-in schreibt seine / ihre Ideen in eines der vier äußeren Felder. Danach wird das Blatt Papier gedreht, sodass jeder und jede die Ideen seines Nachbarn / seiner Nachbarin lesen kann. Basierend auf diesen Ideen werden nun die eigenen Gedanken und Vorschläge hierzu aufgeschrieben. Dieser Vorgang wird so lange wiederholt, bis der eigene erste Eintrag wieder vor einem liegt. Wenn alle alles gelesen haben, werden die einzelnen Vorschläge diskutiert. Das Feld in der Mitte ist für das gemeinsame Ergebnis bestimmt.



Brainstorming

Sammelt gemeinsam Ideen für Projekte und notiert diese. Wichtig ist dabei, dass die Ideen und Vorschläge zunächst nicht bewertet werden. Alle dürfen ihre Ideen äußern, egal wie sinnvoll diese im ersten Augenblick erscheinen, denn manchmal entstehen aus den seltsamsten Vorschlägen die tollsten Ideen!

Kartenabfrage

Jede/-r schreibt eine zuvor festgelegte Anzahl an Ideen und Vorschlägen auf jeweils eine Karte. Im Anschluss werden die Karten thematisch sortiert und die Ideen besprochen.

Anregungen für Projekte

Im SMEP-Kurs hast du schon einige Ideen und Anregungen für Projektideen erhalten. Falls du trotzdem noch keine Idee hast und auch die Methoden zur Ideenfindung nicht weitergeholfen haben, sind hier zusätzlich einige Beispiele für SMEP-Angebote in der Schule aufgelistet:

1. **Computerraumbetreuung in Pausen** – Hier kann es eine Art Medienwerkstatt geben, in der du für andere Schülerinnen und Schüler für Fragen im Bereich der Medien zur Verfügung stehst.
2. **Unterstützung der Fachlehrer/-innen im Bereich Multimedia** – Es kann auch für die Fachlehrer/-innen interessant sein, wenn sie dich im Unterricht dabei haben. Multimediale Anwendungen, wie Print/Audio/Video, werden immer wieder auf vielfältige Weise im Unterricht genutzt. Hier gibt es zahlreiche Möglichkeiten der Unterstützung durch dich. Der / die SMEP-Kontaktlehrer/-in wird für dich im Lehrerzimmer gern Werbung machen. Vielleicht hilft ja auch ein Flyer oder ein Plakat, das die Lehrer/-innen auf dich und die SMEP-Gruppe aufmerksam macht!
3. **Die eigene SMEP-AG** – Du kannst jederzeit in Absprache mit dem / der Kontaktlehrer/-in eine AG oder ein Projekt anbieten. Das Vorgehen hierfür ist im Reader ausführlich beschrieben. Dabei kann der Schwerpunkt zum Beispiel bei Video, Foto, Audio, Zeitung, Homepage oder den Themen des Jugendmedienschutzes liegen.
4. **Angebote bei Projekttagen** – Du könntest ein Medienprojekt für die Projekttag vorschlagen. Auch hier werden sich die Lehrer/-innen freuen, wenn motivierte und kreative Medienmentoren und -mentorinnen andere Schüler/-innen z. B. bei der kreativen Medienarbeit anleiten.
5. **Workshops für andere (jüngere) Klassenstufen** – Alleine oder im Team mit anderen Medienmentoren und -mentorinnen kannst du ein Workshop-Angebot für andere Klassen zu den Themen des Jugendmedienschutzes (Datenschutz, Soziale Netzwerke, Cybermobbing etc.) bereitstellen.
6. **Betreuung eines Medien-Fragekastens** – Viele Schülerinnen und Schüler haben Fragen zum Thema Medien allgemein oder zu Themen des Jugendmedienschutzes und trauen sich nicht, diese offen zu stellen. Mit einem anonymen Fragekasten kannst du diese Fragen sammeln und die Antworten öffentlich, beispielsweise an einem schwarzen Brett, auch anderen Schülerinnen und Schülern zur Verfügung stellen. Vielleicht eröffnet dies die Möglichkeit, weitere Angebote auf Basis der Fragen deiner Mitschülerinnen und Mitschüler aufbauen.
7. **Multiplikator/-in sein und ausbilden** – Du kannst eventuell auch gemeinsam mit anderen Medienmentoren und -mentorinnen deiner Schule helfen, eine neue Gruppe von Medienmentoren und -mentorinnen auszubilden. Wenn du Interesse daran hast, melde dich gerne beim Landesmedienzentrum (E-Mail: smep@lmz-bw.de).



Deine vier wichtigsten Projektideen sind:

Besprich deine Idee für ein SMEP-Projekt mit deiner Referentin / deinem Referenten, deiner Kontaktlehrkraft und ggf. mit deiner Schulleitung. Klärt gemeinsam, ob und wie deine Idee an der Schule umgesetzt werden kann und welche Unterstützung du hierfür vonseiten der Schule benötigst.



Formular: „Projektangebot im Bereich der Medien“ zum Download

Um deine Idee bei der Schulleitung vorzustellen und die Durchführung des Projektes zu beantragen, kannst du auf das Formular „Projektangebot im Bereich der Medien“ zurückgreifen. Du findest die Vorlage als Download im mentoren-net.



Planung

Bei der Planung durchdenkst und strukturierst du den Ablauf deines Projektes. Du solltest dir überlegen, wie du mit den dir zur Verfügung stehenden Mitteln deine Projektziele erreichen kannst.



Die Planung erfordert etwas Zeit, ist jedoch sinnvoll und wichtig. Denn die praktische Erfahrung zeigt, dass eine gute Planung später viel Arbeit erspart. Dennoch lässt sich nicht alles planen. Lass also auch etwas Raum für Spontaneität. Bekanntlich lässt sich ja gerade an den unvorhersehbaren Dingen am meisten lernen. Bevor du deine Projektplanung beginnst, überlege, wer dich unterstützen könnte. Beziehe frühzeitig andere Smepper, deine Kontaktlehrkraft wie auch den SMEP-Referenten oder die SMEP-Referentin ein.



Wenn du das Projekt mit anderen zusammen durchführst: Plant die einzelnen Schritte eures Projektes gemeinsam. So wissen alle, was wann zu tun ist. Teilt die Aufgaben und Verantwortlichkeiten sinnvoll untereinander auf.

Gerne könnt ihr das mentoren-net nutzen, um euch untereinander abzustimmen. Erstellt hierzu eine eigene Gruppe, sprecht euch auf der Startseite der Gruppe ab, tauscht Materialien untereinander aus und postet eure Ergebnisse!

Zielformulierung

Die Ziele, die du mit deinem Projekt erreichen möchtest, sollten so genau wie möglich formuliert werden. Die sogenannten SMART-Kriterien helfen dir dabei. **SMART** steht für

- **Spezifisch:** Formuliere deine Projektziele so konkret wie möglich.
- **Messbar:** Überlege dir Kriterien, anhand derer du prüfen kannst, ob die Projektziele erreicht wurden.
- **Aktiv beeinflussbar, akzeptiert:** Nimm dir nur Ziele vor, deren Erreichung du selbst beeinflussen kannst. Formuliert die Ziele im Team so, dass alle dahinterstehen.
- **Realistisch:** Wähle nur Ziele aus, die du auch tatsächlich erreichen kannst.
- **Terminiert:** Nenne einen Zeitpunkt, wann das Ziel erreicht sein soll.

Beispiel-Ziel: Nach der letzten Projekteinheit kennen die Teilnehmer/-innen drei Beratungsangebote, an die sie sich bei Cybermobbing-Problemen wenden können.



Überprüfe deine Zielformulierung: Beantworten deine Ziele alle relevanten W-Fragen?

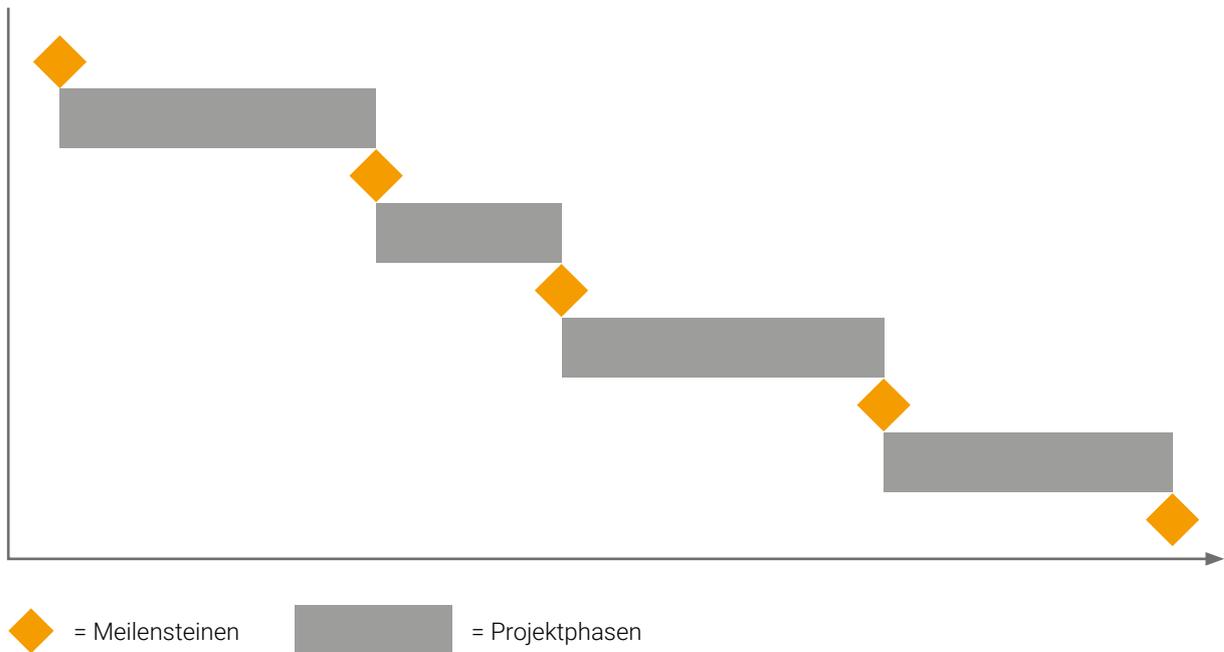
- Was willst du mit deinem Projekt erreichen?
- Wie viel Zeit wird dein Projekt in Anspruch nehmen?
- Wer ist alles bei deinem Projekt beteiligt?
- Welche Ressourcen (finanziell, personell etc.) werden benötigt?
- Wie kannst du das Ziel erreichen?
- Wann sollte das Projekt spätestens abgeschlossen sein? Etc.



Methoden für die Planung deines Projektes

Projektphasenplan

Ein Projektphasenplan ist eine Art Balkendiagramm, mit dessen Hilfe du dir eine Übersicht über die verschiedenen Planungsschritte und Phasen deines Projektes verschaffen kannst. Auch sogenannte Meilensteine können hierin vermerkt sein. Meilensteine sind feste Termine (z. B. Etappenziele), die für wichtige Ereignisse innerhalb deines Zeitplans stehen und an denen der bisherige Verlauf des Projektes überprüft und reflektiert werden kann. Das kann zum Beispiel zu Beginn oder am Ende einer neuen Projektphase sein:



Um das Zeitmanagement während deines Projektes im Blick zu behalten, kannst du bei der Erstellung deines Projektphasenplans oder der Festlegung der Meilensteine einen Kalender zu Hilfe nehmen. Am einfachsten ist es, sich einen Jahres-, Monats- oder Wochenkalender auszudrucken (zahlreiche kostenlose Vorlagen dazu findest du im Internet) und mit diesem zu planen. Der Kalender gibt einen bildlichen Eindruck der Gesamtzeit, die dir zur Verfügung steht. Markiere hier, neben der deutlichen Markierung der zur Verfügung stehenden Zeit, die Meilensteine (z. B. „07.05.2022: Blog muss online gehen“).

Vereinbare einen realistischen Zeitplan und plane lieber einen Zeitpuffer ein!

Der Projekt-Steckbrief

Um die Übersicht über dein Projekt zu behalten, empfiehlt es sich, einen Projekt-Steckbrief zu erstellen. Hier kannst du alle Fakten zu deinem Projekt festhalten und während des Projektes immer wieder darauf zurückgreifen. Falls du bald ein ähnliches Projekt erneut durchführen möchtest, kannst du hier noch einmal nachschlagen oder aber deinen Projekt-Steckbrief mit anderen Schüler-Medienmentoren und -mentorinnen austauschen. Hierzu kannst du die Schüler-Medienmentoren-Gruppe im mentoren-net nutzen.



So könnte dein Projekt-Steckbrief aussehen. Eine Kopiervorlage zum Selbstausfüllen findest du im mentoren-net in der Schüler-Medienmentoren-Gruppe.



Projekt-Steckbrief		
	Titel des Projektes	Überlege dir einen treffenden, einprägsamen Titel für dein Projekt.
	Behandelte Themen	Welche Themen spielen in deinem Projekt eine Rolle?
	Projektbeschreibung	Kurzbeschreibung deines Projektes
	Projektziele	Welche Ziele verfolgst du mit deinem Projekt? Welche Lernziele sollen die Teilnehmer/-innen erreichen?
	Zeitfenster	Wie viel Zeit soll für das Projekt verwendet werden? Welchen Zeitrahmen nimmt das Projekt ein? Achte darauf, dass du bei deiner Zeitplanung realistisch bleibst.
	Benötigte Materialien	Welche Materialien benötigst du für das Projekt? Was hast du schon, was brauchst du noch?
	Räumlichkeiten	In welchen Räumlichkeiten kann das Projekt stattfinden? Wie müssen diese Räumlichkeiten beschaffen sein? Muss ein Beamer vorhanden sein? Wäre eine bestimmte Anordnung der Stühle und Tische sinnvoll?
	Beteiligte Personen	Wer ist am Projekt beteiligt? Welche Smepper sind beteiligt? Sind die entsprechenden Lehrkräfte oder Schulsozialarbeiter/-innen informiert? Wer ist die Zielgruppe? An wen kannst du dich wenden, wenn Schwierigkeiten im Projekt auftauchen? Wer ist wofür verantwortlich?
	Ablauf	Kurze Beschreibung des Ablaufs, der Methoden usw.
	Mögliche Risiken	Welche Schwierigkeiten könnten auftreten und wie möchtest du darauf reagieren? Welche Lösungsansätze gibt es?
	Ergebnisse	Wie werden die Ergebnisse dokumentiert? Wie werden sie zur Verfügung gestellt?
	Erfahrungen	Welche Erfahrungen konntest du aus diesem Projekt mitnehmen? Was möchtest du beim nächsten Projekt besonders beachten?

Durchführung



Die folgenden Fragen helfen dir, das Projekt genauer zu beschreiben und dir die wichtigsten Arbeitsschritte für die Durchführung zu merken.

- Wie sind die Rahmenbedingungen?
- Was sollen die Teilnehmer/-innen am Ende des Schuljahres / des Projektes können?
- Was müssen sie dazu erarbeitet haben?
- In welche kleineren Einheiten kann das Projekt aufgeteilt werden?
- Welche Lernhilfen (z. B. Medien) will ich für die einzelnen Einheiten bereitstellen?
- Wie sollen die einzelnen Einheiten ablaufen (Methoden, Inhalte etc.)

Mithilfe eines kurzen Skripts kannst du alle deine Projektstunden vorbereiten. Werde dir klar darüber, dass am Ende deine Teilnehmer/-innen etwas gelernt haben sollten und ein gemeinsames Ergebnis entsteht. Die Tabelle auf der nächsten Seite hilft, das Projekt genauer zu beschreiben und sich die wichtigsten Arbeitsschritte für die Durchführung zu merken.



Informiere deine Kontaktlehrkraft so schnell wie möglich über auftauchende Schwierigkeiten und Unregelmäßigkeiten, wie Krankheiten etc.



Beantworte die Fragen für dein Projekt und trage die Ergebnisse in der letzten Spalte der Tabelle ein.

	Beispiel 1: Soziale Netzwerke	Beispiel 2: Fotostory	Beispiel 3: Kurzfilm	dein Projekt
Welche Rahmenbedingungen findest du vor?	<ul style="list-style-type: none"> • Raum (und Anforderungen an den Raum) • Teilnehmer/-innen (Anzahl, Vorwissen ...) • Ausstattung (Hard- und Software ...) 			
Was sollen die Teilnehmer/-innen am Ende des Schuljahres / Projektes können?	z. B. sich clever und sicher im Netz bewegen	z. B. eine Fotostory erfinden und gestalten	z. B. einen kleinen Film selbstständig erstellen können	
Was müssen sie lernen, damit sie das können?	z. B. Gefahren und Vorteile der Sozialen Netzwerke erkennen, Persönlichkeitsrechte kennen	z. B. richtig fotografieren, Comic-Life-Bearbeitung	z. B. Filmskript entwerfen, Kamera-, Mikrofon- und Schnitttechnik beherrschen	
In welche kleineren Einheiten könntest du das aufteilen?	z. B. erste Schritte in einer Social Community, Internetrecherche, Persönlichkeitsrechte	z. B. Recherche zum Thema, erste Fotos erstellen, Fotos überarbeiten, Layout in Photoshop	z. B. Drehbuch, Storyboard, Vorbereitung der Technik, Mikrofonierung, Postproduktion	
Welche Lernhilfen willst du für die einzelnen Einheiten bereitstellen?	z. B. LMZ- oder Klicksafe-Unterrichtsmaterialien, Ausdruck zu Gefahren im Internet	z. B. LMZ- oder Klicksafe-Unterrichtsmaterialien, Ausdruck zu Gefahren im Internet	z. B. Technikanleitungen, Filmbeispiele, Einführung in den Videoschnitt, Kameraführung	
Wie sollen die einzelnen Einheiten ablaufen? (vgl. die drei A auf der nächsten Seite)	Plane jede Einheit und überlege dir, wie du den Einstieg, eventuelle Arbeitsphasen und den Abschluss gestalten möchtest, welche Methoden du hierfür anwenden willst und wie du beim nächsten Mal daran anknüpfen kannst.			

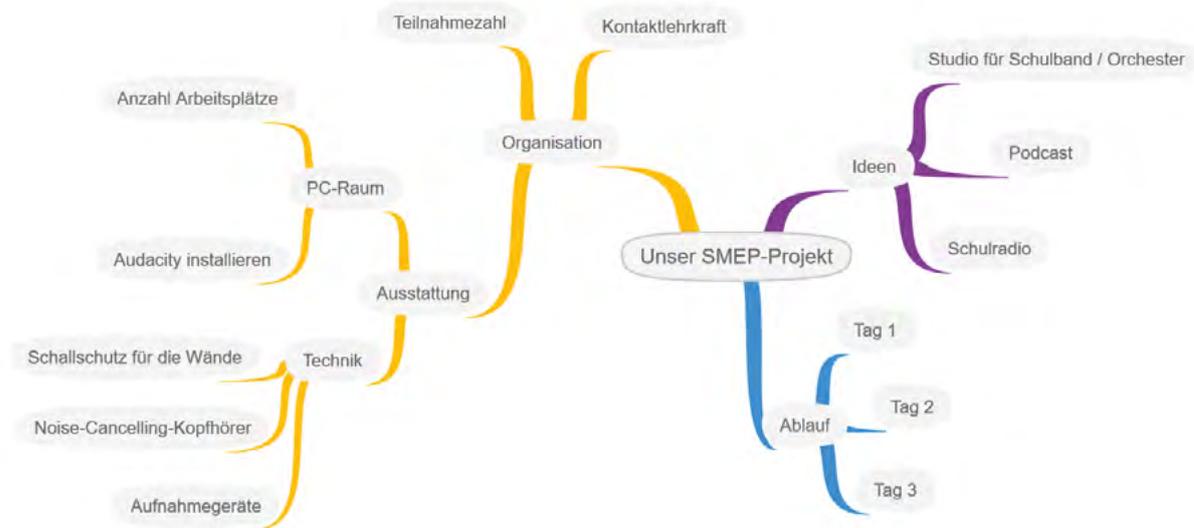


Methoden zur Strukturierung der einzelnen Projekteinheiten

Der wichtigste Teil im Ablauf des eigenen Projektes ist, die einzelnen Termine vorzubereiten und für jede Einheit einen klaren Ablauf mit definiertem Anfang und Ende zu gestalten.

Mind-Mapping

Mithilfe einer Mind-Mapping-Software (wie beispielsweise <https://mind-map-online.de/>) kannst du schnell und übersichtlich alle Ideen zu deinem Projekt in einer Grafik festhalten. Wie du in dieser Mind-Map sehen kannst, finden hier auch kleine Gedankenblitze Platz.



Die drei A

Eine weitere Form der Strukturierung sind die drei A (Ankommen, Arbeiten, Abschied). Wenn man diese Methode nutzt, kann eine AG-Stunde ganz einfach in drei Phasen geteilt werden. Für jede Phase müssen bestimmte Fragen beantwortet und bestimmte Vorbereitungen getroffen werden.

1. Ankommen

- Wie stimme ich die Teilnehmer/-innen auf das Thema ein?
- Wie motiviere ich sie für das Thema?
- Wie fange ich an?
- Wie knüpfe ich an die letzte AG-Stunde / Einheit an?

2. Arbeiten

- Welche Aufgaben sollen heute bearbeitet werden?
- Was soll gelernt werden?
- Wie sollen die Themen / Punkte bearbeitet werden?
- Welche Methoden möchte ich nutzen?
- Was muss ich dafür vorbereiten?
- Welche Geräte und welche Software brauche ich dafür?

3. Abschied

- Wie bekommt die Gruppe eine Rückmeldung?
- Wie baue ich eine Brücke zur nächsten Einheit?

Diese Fragen helfen dir bei der Planung deines Projektes und bei jeder einzelnen Stunde. Wichtig ist auch, dass du dir klarmachst, was alles schiefgehen könnte oder was man machen kann, wenn zwischendurch „die Luft raus ist“.

An einem konkreten Projektbeispiel würde das so aussehen:

AG-Termin: jeweils montags 13:15–14:00

Ort: Computerraum

Termin: 2 von 10

Gruppe: 9 Schülerinnen und Schüler der Klassen 7 und 8

Smepper: Sophia (Klasse 11a)

Thema: PowerPoint-Präsentation

Ankommen

Nr.	Was passiert?	Wie?	Wie lange?
1	Ziel erklären: fertige PowerPoint-Präsentation und fit sein beim Erstellen	mündlich	ca. 5 Min.
2	Meine Beispielpräsentation vorführen und kurz besprechen. Fragen?	Beispiel-PPT aufrufen und zeigen	ca. 7 Min.

Arbeiten

Nr.	Was passiert?	Wie?	Wie lange?
3	Gruppen bilden und Themen vorstellen	Losverfahren	ca. 5 Min.
4	Themenauswahl	mündlich	ca. 7 Min.
5	Praktisches Arbeiten der Gruppen mit Hilfestellung durch mich	Notizen machen, am Computer	max. 20 Min.

Abschied

Nr.	Was passiert?	Wie?	Wie lange?
6	Was machen wir das nächste Mal? Gibt es noch Fragen?	mündlich	ca. 5 Min.
7	Arbeiten abspeichern!	am Computer	ca. 5 Min.

Formular zur Vorbereitung einer SMEP-Projektstunde

Ankommen

Nr.	Was passiert?	Wie?	Wie lange?

Arbeiten

Nr.	Was passiert?	Wie?	Wie lange?

Abschied

Nr.	Was passiert?	Wie?	Wie lange?

Der Ablaufplan

Ganz ähnlich wie bei den drei A, kannst du deine AG- oder Workshop-Stunde auch mithilfe eines Ablaufplans vorbereiten. Hier siehst du ein Beispiel für einen Ablaufplan. Eine Vorlage zum selbst Ausfüllen findest du im mentoren-net in der Schüler-Medienmentoren-Gruppe.



Ablaufplan zum Thema: Cybermobbing

Klassenstufe: 6. Klasse

Uhrzeit: 3. und 4. Stunde, 9:20 – 10:55 Uhr

Datum: 13. Mai 2022

Zeit / Dauer	Phase	Ziel	Inhalt	Methode	Benötigte Medien / Materialien
5 Minuten	Begrüßung	Die Teilnehmenden wissen, dass es an der Schule Schüler-Medienmentoren und -mentorinnen gibt und kennen deren Aufgaben. Sie wissen, welches Thema im heutigen Workshop behandelt wird.	Vorstellung der Schüler-Medienmentoren und des jeweiligen Workshop-Themas	Visualisieren des Workshop-Themas	SMEP-Plakat, Tafel, Flipchart oder Beamer mit PC und Präsentation
5 Minuten	Einstieg in das Thema	Die Teilnehmenden werden auf das Thema eingestimmt und erhalten einen ersten Eindruck.	Film zum Thema Cybermobbing zeigen	Impuls	Film, Beamer
...



- Du brauchst nicht alle Methoden anwenden. Manchen liegt ein Ablaufplan besser, manche kommen mit den drei A besser zurecht. Entscheide selbst, welche Methode dir am geeignetsten erscheint. Das kann auch von Projekt zu Projekt unterschiedlich sein.
- Informiere die betroffenen Lehrkräfte frühzeitig über dein Vorhaben. Nutze die Gelegenheit, vorab Organisatorisches mit den Lehrkräften zu besprechen. Bei der Vorbereitung eines Workshops in einer Klasse kannst du zum Beispiel das Dokument auf der nächsten Seite nutzen, um die entsprechende Lehrkraft zu informieren und sie zu bitten, den Schülern und Schülerinnen vorab Informationen zukommen zu lassen.

Checkliste für den anstehenden Workshop

Wir, die Smepper, haben einen Workshop in Ihrer Klasse

am:

von: bis:

Thema:

Wir benötigen dafür

PC-Raum

Klassenzimmer

Sonstiges:

Technische Voraussetzungen für den Workshop

Beamer

Lautsprecher

Internet

Sonstiges:

Material für Schülerinnen und Schüler (SuS)

SuS sollen Smartphones mitbringen dürfen

SuS sollen etwas zum Schreiben (Blatt / Stifte) mitbringen

Sonstiges:

Infos, auszufüllen von der Lehrkraft

Raum:

Anzahl der SuS:

Sonstiges:

Sonstiges

.....

Hinweise für ein gelungenes Zeitmanagement

- Plane immer einen Zeitpuffer ein. Manchmal wirst du mehr, manchmal weniger Zeit benötigen als geplant. Mit einem Zeitpuffer bist du aber immer auf der sicheren Seite!
- Schreibe eine To-do-Liste. So behältst du den Überblick über alle Aufgaben, die noch zu erledigen sind. Außerdem macht es viel Spaß, die Aufgaben der Reihe nach abzuholen oder durchzustreichen und so die To-do-Liste in eine „Ta-da-Liste“ zu verwandeln!
- Wenn du den Überblick verlierst, hilft es, die verschiedenen Arbeitsschritte und Aufgaben nach ihrer Priorität zu ordnen. Was sollte als Erstes erledigt werden? Wofür bleibt auch gegen Ende des Projektes noch Zeit? Was kannst du noch nicht erledigen, weil dir noch bestimmte Informationen fehlen? Sortiere die Aufgaben nach Wichtigkeit und Dringlichkeit:

	wichtig	weniger wichtig
dringend		
weniger dringend		

- Der Projektplan und die Festlegung von Meilensteinen helfen dir dabei, große Vorhaben und Aufgaben in kleinere Schritte zu unterteilen.
- Halte deine Meilensteine in einem Kalender fest. So behältst du den Überblick und siehst auf einen Blick, wie viel Zeit dir noch bis zum Erreichen des nächsten Meilensteins bleibt.
- Niemand kann ewig an einer Aufgabe weiterarbeiten. Oft geht es nach einer kleinen Pause schon wieder viel besser!

Abschluss



Ist die Projektdurchführung abgeschlossen, kannst du dir erst mal auf die Schulter klopfen! Es ist toll, dass du dich als Schüler-Medienmentor/-in engagierst und deine Mitschüler/-innen bei der Mediennutzung und beim Medieneinsatz unterstützt.

Du hast während der Planung und Durchführung des Projektes einiges gelernt, nutze aber auch die Chance, im Nachhinein noch etwas aus deinem Projekt zu lernen und beantworte dir selbst folgende Fragen:

- Schau dir noch mal die Ziele an, die du bei der Planung des Projektes festgelegt hast. Wurden sie alle erreicht? Wenn nicht, was kannst du dafür tun, dass sie bei einer erneuten Durchführung des Projektes oder bei neuen Projekten erreicht werden?
- Was waren die Schwierigkeiten und wie wurden sie gelöst?
- Was ist gut gelaufen, was schlecht? Wo lagen die Chancen, wo die Probleme?
- Wie kam das Projekt bei den Teilnehmenden an?

Egal, ob das Projekt wie geplant, besonders gut oder weniger gut verlaufen ist – du kannst immer etwas daraus lernen!



Methoden, um das Feedback der Teilnehmenden einzuholen

Die gemeinsame Feedbackrunde

Hier sind ein paar Fragen, mit denen du die Teilnehmenden deines Projektes befragen kannst:

- Warum hat dir der Kurs gut gefallen und was hat dir nicht so gut gefallen?
- Bist du zufrieden mit dem Tempo der Lehrveranstaltung? Wie kann man es noch besser gestalten?
- Wie und wo würdest du dich im SMEP-Programm gerne selbst einbringen?
- Ist das Schüler-Medienmentoren-Programm wichtig für dich in Ausbildung, Schule oder Studium?
- Welche einzelnen Inhalte wirst du auch in Zukunft noch vertiefen?
- Wo wirst du die Unterrichtsmaterialien einsetzen?
- Was hat sich an deiner Betrachtungsweise der Medien geändert?
- Wie fit warst du am Anfang und wie fit bist du jetzt im Umgang mit Medien?
- Was ist mit Abstand das interessanteste / was das am wenigsten spannende Modul?

- Welche Themen haben dir bei der SMEP-Ausbildung gefehlt?

Feedback durch Handzeichen oder Zettel

Falls nur wenig Zeit für eine Feedbackrunde verbleiben sollte, kannst du das Feedback auch durch ein einfaches Handzeichen oder durch grüne und rote Zettel abfragen (grün steht für sehr gut, rot für nicht so gut). Der Nachteil an dieser Methode ist jedoch, dass du die Gründe für die Entscheidung wahrscheinlich nicht erfährst.

Anonymes Feedback

Falls du das Feedback anonym erfragen möchtest, bietet sich ein Feedbackbogen an, den die Teilnehmenden ausfüllen, ohne ihre Namen darauf zu vermerken.



Welche weiteren Feedback-Methoden kennst du?

Auch uns ist deine Meinung wichtig!

Dein/-e Referent/-in hat bereits eine Onlineumfrage zu SMEP eingeleitet. Bitte nimm an dieser Umfrage teil, da es wichtig ist, die SMEP-Ausbildung weiterhin zu verbessern und auch neue Inhalte miteinzubeziehen.

Vielen Dank für deine Mitarbeit!



Teammanagement

Auf einen Blick

In diesem Kapitel geht es darum, eine Gruppe in einem Projekt anzuleiten. Du lernst wichtige Regeln zum Sprechen und Zuhören, die dir dabei helfen, die Gruppe zu steuern, als Lernbegleiter zu handeln und die Gruppe zu motivieren. Du lernst aber auch, wie du schwierigen Situationen vorbeugen kannst. Wenn diese Situation dennoch eintritt, bist du gewappnet und weißt, wie du innerhalb der Gruppe reagieren und handeln kannst. Sei dir deiner Rolle als Medien-Mentor/-in bewusst und handle als Vorbild für deine Mitschüler/-innen.

Inhalt

Teamarbeit	37
Motivation	38
Gesprächsführung	40
Schwierige Situationen	41

Teamarbeit

Laut Duden ist ein Team „eine Gruppe von Personen, die gemeinsam an einer Aufgabe arbeiten“. Alle Teammitglieder beschäftigen sich mit der Bewältigung dieser Aufgabe und verfolgen dabei ein gemeinsames Ziel. Jedes Teammitglied trägt mit seinen individuellen Kenntnissen und Fähigkeiten zur Erreichung dieses Zieles bei.

Ein SMEP-Projekt bedeutet in der Regel viel Arbeit. Daher ist es hilfreich, ein Team zu bilden, das dich bei den Vorbereitungen und der Umsetzung unterstützt. Zudem bringt jede Person andere Fähigkeiten und Ideen mit, von denen das Projekt profitieren kann. Nutze die Zeit, um dich mit deinem Team zu unterhalten, die Stärken der einzelnen Teamkollegen festzuhalten und die jeweiligen (Projekt-) Aufgaben zu verteilen.

Notiert euch, wer welche Aufgabe übernimmt und wann ihr euch das nächste Mal darüber austauschen wollt.



Nutze das mentoren-net, um dich mit deinem Team auszutauschen und eure Projekte zu besprechen. Jeder / jede Nutzer/-in im mentoren-net ist dazu berechtigt, eigene Gruppen anzulegen. In diesen Gruppen könnt ihr Materialien austauschen, Medien hochladen, auf der Startseite diskutieren und euch gegenseitig informieren. Weitere Informationen zum mentoren-net findest du im Kapitel „Arbeitsmaterialien“.

Wichtige Erfolgsfaktoren für Teamarbeit

- **Gleichberechtigung:** Alle Teammitglieder sind gleichberechtigt und akzeptieren sich gegenseitig.
- **Kommunikation und Wertschätzung:** Geht offen und ehrlich miteinander um. Sprecht die Probleme ebenso offen an wie die Erfolge.
- **Kritik:** Seht Kritik als Chance und äußert selbst Kritik immer konstruktiv. Konstruktive Kritik beinhaltet nicht nur die Kritik selbst, sondern ist darauf ausgelegt, die Kritik zu begründen und Lösungsansätze und Verbesserungen vorzuschlagen.
- **Ergebnisorientierung:** Behaltet das Ziel eurer Zusammenarbeit stets vor Augen.
- **Verantwortung und Disziplin:** Alle Teammitglieder fühlen sich verantwortlich für die Aufgabe und das Erreichen des gemeinsamen Ziels. Jeder / jede kann sich auf die anderen verlassen. Vereinbarungen, Termine und Regeln werden eingehalten. Wenn dies einmal nicht gelingt, wird gemeinsam eine Lösung gesucht.
- **Atmosphäre:** Sorgt für eine freundliche, sachliche, motivierende Atmosphäre.



Weitere Tipps rund ums Mentorenssein findest du in der Handreichung von der Künstlerin und Influencerin Chungi Yoo (<https://www.instagram.com/chungiyoo>).





Bild: gettyimages/Scyther5

Motivation

Was ist Motivation?

Das Wort „motivieren“ kann abgeleitet werden aus dem Lateinischen: „movere“ = „bewegen“. Du musst bewegen können, du musst bewegt werden, du musst dich selbst bewegen, um andere bewegen zu können. Das bedeutet:

- gemeinsam Ziele festlegen
- Feedback geben
- Verantwortung teilen
- Erfolg sehen
- Vorbild sein
- Spielräume geben
- Veränderungen zulassen

Zu lange Vorträge und theoretische Teile in deinem Projekt können deine Teilnehmer/-innen schnell ermüden. Die Theorie ist aber ein wichtiges Element deines Projektes, schließlich willst du ja auch Wissen vermitteln. Daher solltest du dir Gedanken machen, wie du deine Gruppe motivieren kannst, Wissen aufzunehmen oder selbst aktiv zu werden. Dabei spielen Motivationsfaktoren eine Rolle.

Was sind Motivationsfaktoren, die du einsetzen kannst?

- **Attraktive Ziele formulieren:** Je klarer und attraktiver das Ziel ist, umso höher wird die Motivation, dieses Ziel unbedingt erreichen zu wollen. Sowohl eine zu hohe Messlatte (Überforderung) wie eine zu niedrige Messlatte (Unterforderung) sind Motivationskiller.
- **Konstruktives Feedback geben:** Ein positives Feedback (Rückmeldung) spornt an. Es ist auch erlaubt, Kritik bzw. Empfehlungen auszusprechen, wenn sie positiv verpackt und konstruktiv formuliert sind, sodass sie der / dem Kritisierten weiterhelfen.
- **Verantwortung abgeben und vertrauen:** Gib Verantwortung an deine Teilnehmer/-innen ab. Das ist ein Vertrauensbeweis und zugleich motivationsfördernd.
- **Erfolg sehen und weitergeben:** Lass deine Teilnehmer/-innen den Erfolg sehen und sie am gemeinsamen Erfolg teilhaben. Ohne Erfolgsaussichten oder bei ausbleibenden Erfolgserlebnissen wird die Motivation nachlassen.
- **Vorbild sein:** Wer andere zu irgendetwas motivieren will, der muss selbst motiviert sein. Gruppenteilnehmer/-innen schauen sehr genau hin – wer selbst kein Vorbild ist, kann auch die Teilnehmer/-innen nicht motivieren, selbst „vorbildlich“ mitzumachen.
- **Spielräume lassen:** Nicht alles muss nach einem genau festgeschriebenen Muster ablaufen. Lass deinen Teilnehmer/-innen Spielräume und Entscheidungsfreiheiten, um ihr eigenes Ziel zu erreichen. Viele Wege führen nach Rom!
- **Veränderungen zulassen:** Wenn etwas immer gleich abläuft, ist das demotivierend. Deshalb – Tapeetenwechsel! Routine ist ein Motivationskiller. Motivationsarbeit hat etwas mit Vertrauen, Akzeptanz, Einsatz und einer gehörigen Portion Begeisterungsfähigkeit zu tun. Wenn es dir nicht gelingt, ein gutes Vertrauensverhältnis aufzubauen, wird es dir auch nicht gelingen, jede/-n in deiner Gruppe zu motivieren.



Wie motivierst du deine Gruppe?

Gesprächsführung

Wichtige Regeln beim Sprechen und Zuhören

Jetzt bist du an der Reihe. Deine Aufgabe ist die Vermittlung deines Wissens an deine Mitschüler/-innen. Hierbei ist es wichtig, dass du vorher ein Konzept erstellst und dir genau überlegst, welche Inhalte du wie vermitteln möchtest.

Hast du alles vorbereitet, kommt es jetzt nur noch auf das richtige Sprechen an. Und: Zuzuhören und auf Fragen zu reagieren gehören ebenfalls dazu. Einige Regeln zum Thema Sprechen und dem richtigen Zuhören stellen wir dir hier vor.

Lerne deine Zielgruppe kennen

- Formuliere einfache und kurze Sätze.
- Setze dir vorab ein Ziel, auf das du mit den Beschreibungen hinauswillst.
- Verstehe dich als Sender von Wissen und Empfänger von Fragen deiner Gruppe.
- Lerne deine Gruppe kennen und stelle dich auf sie ein.

Jeder Beitrag ist wichtig

- Höre den anderen zu und achte darauf, dass alle gleichbehandelt werden.
- Sprich erst, wenn ein anderer ausgereedet hat.
- Bitte nur kurze Beiträge! Nur so können sich alle aktiv am Gruppenprozess beteiligen.
- Verarbeite nicht zu viele Gesichtspunkte in einem Beitrag. Biete Pausen an.

Störungen haben Vorrang

- Akzeptiere, wenn dich etwas stört, und traue deiner Wahrnehmung.
- Störungen lenken ab, also sofort ansprechen und nicht lange warten.
- Biete bei Fragen und Unklarheiten in der Gruppe sofort Hilfestellung an.

Sprich per „ich“ und nicht per „man“

- Vertrete dich selbst in deinen Aussagen.
- Sei zurückhaltend mit Verallgemeinerungen.



Was sind deine eigenen Regeln im Umgang miteinander?

Schwierige Situationen

Hier sind einige Beispiele aufgeführt, wie du im Projekt möglichen Problemen vorbeugen kannst. Wenn du dir die einzelnen Punkte genau anschaust, sollte es auch nur sehr wenige Situationen geben, bei denen du in Schwierigkeiten geraten könntest.



Die beste Lösung in schwierigen Situationen bist du selbst!
Geh auf deine Gruppenmitglieder ein!

Schwierigen Situationen vorbeugen

- **Eigeninitiative zeigen:** Sei selbst kreativ, aktiv und interessiert! Wenn du selbst kreativ, aktiv und interessiert bist, kann sich die Gruppe besser darauf einlassen und auf das Wesentliche konzentrieren.
- **Vorbereitung:** Sei in jeder Stunde gut vorbereitet! Teste vorher die Technik! Plane Pausen ein! Denn: Zu lange Vorträge, fehlende oder nicht funktionierende Technik und Langeweile führen zu Unruhe in der Gruppe.
- **Zusammenarbeit fördern:** Probiert gemeinsam etwas aus, statt nur darüber zu reden! Arbeite gemeinsam mit der Gruppe, statt Vorträge zu halten.
- **Wertschätzung zeigen:** Schreibe (gute) Ideen deiner Projektteilnehmer/-innen immer auf, z. B. auf Karten, die Tafel oder das Flipchart. Dann gehen sie nicht verloren und niemand fühlt sich „ungehört“.
- **Offenheit zeigen:** Bleibe offen für die Ideen der anderen!
- **Durchsetzungsvermögen zeigen:** Entwickle Methoden, mit schwierigen Gruppen umzugehen, und sei konsequent. Du kannst beispielsweise die Gruppe teilen oder Sonderaufgaben vergeben.
- **Gemeinsamkeit:** Schwierigkeiten muss niemand allein lösen, auch die anderen in der Gruppe können helfen.
- **Klare Kommunikation:** Mache ganz klare Ansagen, damit jede/-r in der Gruppe weiß, was, wann, wer zu tun hat.
- **Kritikfähigkeit:** Sei nicht beleidigt und akzeptiere auch Kritik! Frage, wie du es besser machen könntest. Sucht Vorschläge mit allen zusammen.
- **Regeln festlegen:** Stellt gemeinsam Regeln für den Umgang in der Gruppe auf. Tut das gleich am Anfang und hängt sie im Raum sichtbar auf. Zu den Regeln gehören auch die Folgen eines Regelbruchs, z. B. Ausschluss aus dem Projekt bei absichtlicher Zerstörung von Geräten, Gewalt, Beleidigungen etc.



Weitere Ideen, um Stress und Konflikte zu vermeiden:

Schwierige Situationen bewältigen

Immer wieder kann man als Mentor/-in in unangenehme Situationen geraten. Das Wichtigste in solchen Situationen ist, dass man sich selbst sagt: Ich werde diese Situation schon meistern! Im Laufe der Zeit wird jeder / jede Schüler-Medienmentor/-in Strategien entwickeln, um auch unangenehme Situationen zu bewältigen. Daher ist jede Schwierigkeit auch eine Übung und Chance zur Weiterentwicklung. Für den Umgang mit schwierigen Situationen gibt es kein Patentrezept, folgende Stationen können aber helfen, die Situation (einfacher) zu meistern:

Erster Versuch

Aktiv zuhören: Du solltest deinem / deiner Gesprächspartner/-in auf Augenhöhe und vor allem wertschätzend entgegentreten. Schaffe gegenseitiges Vertrauen durch Zuhören, ohne gleich zu werten, zeige ehrliches und offenes Interesse an deinem / deiner Gesprächspartner/-in. Frage nach, ob du etwas richtig verstanden hast und wie dein Gegenüber die Situation oder Sache bewertet.

Zweiter Versuch

Abgeben an die Gruppe: „Was haltet ihr davon?“ Die Gruppe ist stärker als einzelne Personen (wenn sie will).

Dritter Versuch

Ein Gespräch unter vier Augen wirkt manchmal Wunder. Dabei kannst du auch deine Vorstellungen, Wünsche etc. formulieren. Ausprobieren!

Vierter Versuch

Im Falle einer Eskalation: Jetzt sollte es nicht mehr dein Problem sein. Benachrichtige die Kontaktlehrkraft für SMEP und widme dich wieder dem friedlichen Teil der Gruppe.

Das letzte Mittel

Du kannst auch Teilnehmer/-innen ausschließen, nachdem du es mit der zuständigen Lehrkraft abgeklärt hast. Rauswurf sollte jedoch die allerletzte Lösung sein.



Deine eigenen Vorschläge:



Du als Smepper

Auf einen Blick

Die Schule kann nun viel von dir profitieren und du kannst als Medienmentor/-in auch viel von deinem erlernten Wissen an andere Schüler/-innen weitervermitteln. Als Medienmentor/-in hast du neue Fähigkeiten und Kompetenzen erworben. Du hast einige Rechte, übernimmst aber auch bestimmte Pflichten. Sei dir darüber im Klaren und trage dies auch nach außen an deine Mitschüler/-innen weiter. Sei dir deiner Rolle als Medienmentor/-in bewusst und handle als Vorbild für deine Mitschüler/-innen.

Inhalt

Aufgaben der Schüler-Medienmentoren und -mentorinnen	45
Deine Rolle als Schüler-Medienmentor/-in	46
Rechte und Pflichten der Schüler-Medienmentoren und -mentorinnen	47



Bild: gettyimages/Rawpixel

Aufgaben der Schüler-Medienmentoren und -mentorinnen

Eine Gruppe kann erst produktiv sein, wenn die Rollen klar verteilt sind und die Struktur des Projektes eindeutig und ersichtlich ist. Mentorinnen oder Mentoren sind keine Lehrkräfte, sondern Lernbegleiter/-innen. Ein/-e Mentor/-in hat die Aufgabe sein / ihr eigenes Wissen zu teilen. Folgende Aufgaben kannst du als Medienmentor/-in an deiner Schule übernehmen:

- Jugendliche mit gleichen Interessen zusammenbringen, zum Beispiel in einer AG zu einem bestimmten Thema.
- Lernprozesse deiner Mitschüler/-innen aktiv gestalten und begleiten.
- Wissen vermitteln, zum Beispiel in Form von Workshops im Unterricht der jüngeren Klassen.
- Eine Gruppe leiten, die Teilnehmer/-innen motivieren und gegebenenfalls Konflikte lösen.
- Räume / Geräte etc. bereitstellen, zum Beispiel im Rahmen einer PC-Sprechstunde oder der Betreuung des PC-Raumes.
- Verantwortung für das gemeinsame Ergebnis / Produkt tragen und eventuell die Vorführung des Ergebnisses planen und umsetzen.
- Die Bereiche des Jugendmedienschutzes kennen und hier auch als Vorbild handeln.
- Lehrkräfte im Bereich Medien und Jugendmedienschutz unterstützen.
- Als Ansprechpartner für Mitschüler/-innen erreichbar sein und Fragen zum Jugendmedienschutz oder zur aktiven Medienarbeit beantworten.



Das heißt nicht, dass du die Verantwortung für die Probleme deiner Mitschüler/-innen übernehmen musst. Im Zweifel ist es immer besser, einen Erwachsenen deines Vertrauens (mit dem Einverständnis des betreffenden Mitschülers / der betreffenden Mitschülerin) einzubeziehen oder dich an eine Beratungsstelle zu wenden und dir hier Hilfe zu suchen!

Sollte der / die Mitschüler/-in nicht einverstanden sein, kannst du das Problem trotzdem bei einem Erwachsenen ansprechen, jedoch ohne den Namen des / der Betreffenden zu nennen. Auf diese Weise erhältst du möglicherweise bereits die Hilfe und Unterstützung, die du benötigst, um im Anschluss das Problem alleine mit dem / der Mitschüler/-in zu lösen.



Welche Aufgaben gibt es noch?

Deine Rolle als Schüler-Medienmentor/-in

Wie siehst du dich selbst als Schüler-Medienmentor/-in und wie möchtest du gesehen werden? Beantworte die folgenden Fragen für dich selbst.

Was erwarte ich von einem Mentor / einer Mentorin?

Warum will ich Schüler-Medienmentor/-in werden?

Was macht eine/n gute/n Schüler-Medienmentor/-in aus?

Welche Kompetenzen und Fähigkeiten bzw. welches Wissen hast du dir in der Ausbildung zum Medienmentor angeeignet:

Eigene Anmerkungen:

Rechte und Pflichten der Schüler-Medienmentoren und -mentorinnen

Bevor die Projekte starten können, musst du den rechtlichen Rahmen klären. Deine erste Aufgabe als Schüler-Medienmentor/-in ist es, mit der Schulleitung und der Kontaktlehrkraft folgende Punkte abzuklären:

- Wie bist du selbst versichert, wenn du ein Medienprojekt anbietest?
- Sind alle Teilnehmer/-innen des Medienprojektes versichert?
- Sind alle Geräte, die du für das Medienprojekt benutzt, versichert?
- Benötigst du noch Einverständniserklärungen der Eltern, falls Bild-, Ton- und Videomaterial von den Gruppenteilnehmern und -teilnehmerinnen aufgenommen wird?

Der nachfolgende Satz gilt für alle Veranstaltungen von Schülerinnen und Schülern für Schülerinnen und Schüler. Er stammt aus der Verordnung des Kultusministeriums über Einrichtung und Aufgaben der Schülermitverantwortung (SMV VO) und bedeutet: Wenn Schüler/-innen andere Schüler/-innen beaufsichtigen, Rechte und Pflichten mit der Schulleitung abgeklärt sind, müssen die beaufsichtigten Schüler/-innen tun, was der / die verantwortliche Schüler/-in sagt.

„Werden Schüler mit der Führung der Aufsicht betraut, ist ihnen innerhalb ihrer Befugnisse erteilten Anordnungen von den anderen Schülern Folge zu leisten.“

SMV VO § 14, Abs. 5

Mentoren und Mentorinnen haben die Aufsichtspflicht

Wenn du weitere Fragen zu deinen Rechten an deiner Schule hast, vor allem im Computerraum bzw. im Netzwerk, kontaktiere bitte die SMEP-Kontaktlehrkraft und die für den Computerraum zuständige Lehrkraft.

Deine Pflichten als Schüler-Medienmentor/-in während eines Angebots:

- Wissen, wo die Teilnehmer/-innen sich aufhalten.
- Teilnehmer/-innen vor Gefahren bewahren.
- Die Allgemeinheit vor Gefahren bewahren.

Deine Handlungsmöglichkeiten als Schüler-Medienmentor/-in während eines Angebots:

- warnen
- verbieten
- Sanktionen aussprechen
- Betreuungslehrer/-in oder Aufsicht informieren
- vom Angebot ausschließen

Vereinbarungen über Rechte und Pflichten der Medienmentoren und -mentorinnen

Die Beispiele für Vereinbarungen sollen dir helfen, gemeinsam mit der Schulleitung Rechte und Pflichten der Medienmentoren festzulegen. Du kannst zuerst die Vereinbarungen mit anderen Medienmentoren und -mentorinnen besprechen, dann mit dem / der Kontaktlehrer/-in. Gemeinsam mit dem / der Kontaktlehrer/-in kannst du nun zur Schulleitung und die Vereinbarung vorlegen:

- Die Schulleitung bekommt eine Liste aller eingesetzten Medienmentoren und -mentorinnen. Die Liste enthält Vor- und Nachnamen, Klassen, Adressen und Telefonnummern der Eltern.
- Der / die Medienmentor/-in muss sein / ihr geplantes Angebot der Schulleitung vor Beginn des Angebots vorlegen, damit diese ihr Einverständnis zur Durchführung geben kann.
- Die Schulleitung stellt für das Angebot die notwendigen Räume und technischen Geräte bereit und ermöglicht den Medienmentoren und -mentorinnen zu den angegebenen Zeiten freien Zugang zu diesen Räumen.
- Der / die Medienmentor/-in kann selbstständig (allein oder in der Gruppe) ein Angebot (AG, Projekt) an der Schule durchführen.
- Der / die Medienmentor/-in kann für sein / ihr Angebot Geräte der Schule bzw. (Medien-)Räume nutzen. Der / die Medienmentor/-in ist für die benutzten Geräte verantwortlich und bringt sie nach Gebrauch an den richtigen Platz zurück.
- Der / die Medienmentor/-in hat das Recht, Teilnehmer/-innen eines Angebots, die seinen / ihren Anordnungen und Regeln nicht folgen, zu verwarnen oder nach Absprache mit der Kontaktlehrkraft bzw. der Aufsicht vom Angebot auszuschließen.
- Der / die Medienmentor/-in weiß immer, wo sich die Teilnehmer/-innen aufhalten und versucht, sie vor Gefahren zu bewahren.
- Die Schulleitung ermöglicht, dass die Medienmentoren und -mentorinnen ihre Ergebnisse nach Ablauf des Angebots in der Schule präsentieren.



Arbeitsmaterialien

Auf einen Blick

Um dich in deiner Aufgabe als Schüler-Medienmentor/-in zu unterstützen, haben wir einige Materialien für dich zusammengestellt. Auf das mentoren-net wurdest du schon mehrfach hingewiesen. Hier kannst du dich mit anderen Schüler-Medienmentoren und -mentorinnen deiner Schule, aber auch von anderen Schulen austauschen, findest die zahlreichen Kopiervorlagen aus dem Reader zum Download und erhältst immer die neusten Informationen aus dem Landesmedienzentrum. Um dir den Einstieg in ein eigenes Projekt zu erleichtern, haben wir ein paar Spiele zusammengestellt, mit denen du das Eis bei deinen Mitschüler/-innen brechen kannst. Außerdem kannst du mit verschiedenen Apps und Tools deine Angebote interessanter gestalten. Falls du noch mehr Informationen zu den Themen aus dem Reader benötigst, werfe einen Blick in unsere Linksammlung. Wenn du Medien und Technik für deine SMEP-Angebote benötigst, die an deiner Schule nicht zur Verfügung stehen, informiere dich beim Medienzentrum in deinem Landkreis über die Möglichkeiten einer Ausleihe.

Inhalt

Das mentoren-net	51
Methodensammlung	55
Der Medienzentrenverbund	59
Die SMEP-Aufgabe	61

Das mentoren-net

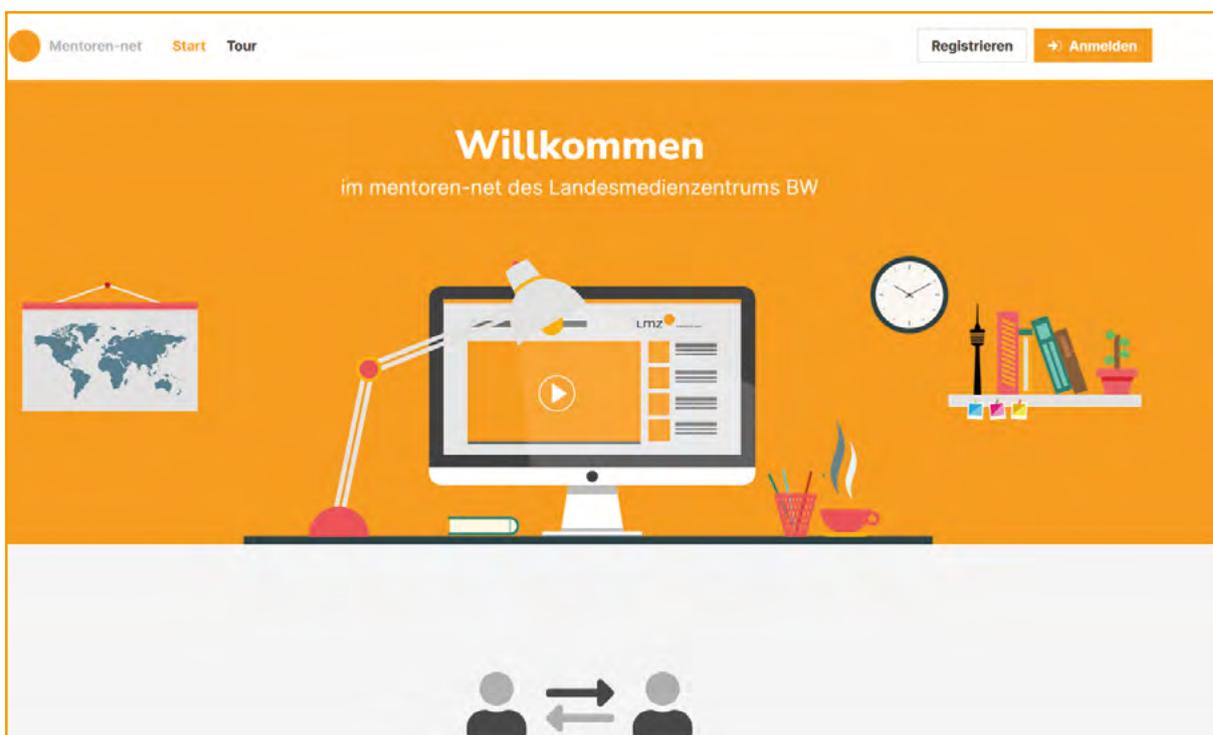
Du suchst nach einer datenschutzrechtlich unbedenklichen und sicheren Kommunikationsmöglichkeit für deine SMEP-Gruppe? Du willst dich auch mit Schülern und Schülerinnen anderer Schulen über SMEP austauschen und erfahren, welche Angebote sie an ihren Schulen durchführen? Du willst immer informiert sein über weitere Angebote im Rahmen von SMEP (Ferienkurse, SMEP-Fortbildungen, SMEP-Missionen und Co)?

Im mentoren-net des Landesmedienzentrums kannst du dich mit anderen Schüler-MedienmentorInnen und -mentoren austauschen und vernetzen und bekommst immer die neusten Infos aus dem LMZ.

Was steckt hinter dem mentoren-net?

Das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg stellt allen Mentoren-Programmen eine Austauschplattform, eine Art eigenes Soziales Netzwerk (www.mentoren-net.de) zur Verfügung.

SMEP-Kurse finden häufig klassen- und teilweise auch jahrgangsübergreifend statt. Durch unterschiedliche Stundenpläne werden regelmäßige Treffen der SMEP-Gruppe häufig erschwert. Mit dem mentoren-net habt ihr eine Möglichkeit, euch abzusprechen, Dateien auszutauschen, eure SMEP-Angebote zu organisieren und euch gegenseitig auf dem Laufenden zu halten und müsst dabei nicht auf Messenger wie WhatsApp oder kommerzielle Soziale Netzwerke wie Instagram oder TikTok ausweichen.



Screenshot: <https://mentoren-lmz.de>



Das mentoren-net ist datenschutzrechtlich, urheberrechtlich und lizenzrechtlich abgesichert und läuft auf deutschen Servern. Das bedeutet: Was du im mentoren-net findest, kannst du selbst nutzen, nicht aber weitergeben, es sei denn innerhalb des mentoren-nets an andere Smepper und in jedem Fall unter Angabe der entsprechenden Quelle. Die persönlichen Daten, die du dort eingeben musst, werden von uns gespeichert. Dies ist notwendig für den Betrieb des mentoren-net und dient dem Austausch auf der Plattform. Die Daten werden nicht weitergegeben. Wenn du deinen Zugang löschst, werden deine Daten komplett vernichtet, du kannst dann allerdings auch die Plattform nicht mehr nutzen.

Die vollständige Datenschutzerklärung kannst du hier nachlesen:

<https://mentoren-lmz.de/datenschutz/>



Neben dem Schüler-Medienmentoren-Programm bietet das Landesmedienzentrum auch das Eltern- und das Senioren-Medienmentoren-Programm an. Diese Mentoren und Mentorinnen sind ebenfalls im mentoren-net vertreten. Nutze die Chance und tausche dich auch mit Eltern- und Senioren-Medienmentoren und -Medienmentorinnen aus.

Auch deine SMEP-Lehrkraft ist herzlich eingeladen, dem mentoren-net beizutreten, um dich bei deinen Projekten zu unterstützen und Aufgaben zu verteilen. Die LMZ-Referenten und -Referentinnen, also diejenigen, die den Kurs an deiner Schule durchgeführt haben, sind ebenfalls Teil der mentoren-net-Community und werden das mentoren-net während des Kurses und danach mit dir gemeinsam nutzen.

Die LMZ-Pinnwand

Auf der LMZ-Pinnwand erfährst du immer die neusten News aus dem LMZ. Du kannst die Beiträge nach „Eltern“, „LMZ-Referenten“, „Schüler“ und „Senioren“ filtern. Bei den News für Schüler/-innen findest du zum Beispiel:

- **Ausschreibungen für SMEP-Missionen:** Du hilfst unseren Referenten und Referentinnen bei Ferienkursen, unterstützt uns bei der Erstellung neuer Workshop-Materialien oder bist bei Veranstaltungen des LMZ dabei (Interviews führen, Berichte schreiben, Veranstaltungen moderieren, Kurzvorträge halten usw.).
- **Wettbewerbs- und Veranstaltungs-Tipps:** Wir halten dich auf dem Laufenden über spannende Veranstaltungen und Wettbewerbe, an denen du teilnehmen kannst.
- **Ankündigungen:** Lass uns wissen, wenn du bei einem Wettbewerb erfolgreich warst – gerne berichten wir darüber.
- **SMEP-Berichte:** Hast du eine besondere Veranstaltung besucht, über die du gerne schreiben möchtest? Oder hast du selbst an deiner Schule eine tolle SMEP-Aktion durchgeführt, die du den anderen Smeppern nicht vorenthalten möchtest? Dann melde dich bei uns. Wir veröffentlichen deinen Bericht gerne sowohl auf der Pinnwand im mentoren-net als auch auf der LMZ-Website.
- **Medien-News und Material-Tipps:** Immer wieder gibt es Neuigkeiten in der Welt der Medien. Einmal sind es rechtliche Änderungen, ein anderes Mal ist es eine neue App, die für Aufregung sorgt oder es gibt neue Materialien, die du in deinen SMEP-Angeboten nutzen kannst. Hierüber informieren wir dich ebenfalls auf der Pinnwand. Auch hier gilt: Melde dich gerne, wenn du Vorschläge hast!

Dein Benutzerkonto

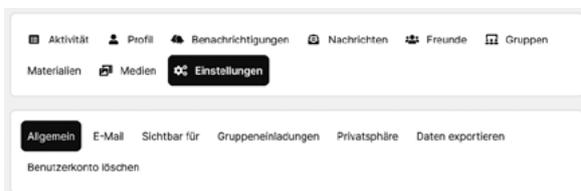
Im sogenannten Header (der oberen Menüleiste) werden dir die verschiedenen Unterseiten (Pinnwand, Aktivitäten, Gruppen und Personen), deine Nachrichten und dein Konto angezeigt.

In deinem Konto kannst du:

- Änderungen in deinem Profil vornehmen
- deine Nachrichten abrufen
- deine Freundesliste durchsehen
- deine Gruppen anzeigen
- auf deine Materialien und Medien-Uploads zugreifen
- deine Privatsphäre-Einstellungen ändern

Auch beim mentoren-net kannst du die üblichen Profil-Einstellungen vornehmen, wie du sie von anderen Sozialen Netzwerken kennst, z. B.:

- ein Profilfoto hinzufügen
- Angaben zu deiner Person machen und einstellen, wer welche Angaben sehen darf



Screenshot: <https://mentoren-lmz.de>

Gruppen

Für den Austausch mit anderen kannst du die Gruppenfunktion nutzen. Für jedes Mentoren-Programm gibt es eine Gruppe.



Trete der Gruppe „Schüler-Medienmentoren“ bei.



Screenshot: <https://mentoren-lmz.de/>

Hier bekommst du interessante Infos, kannst bei der Weiterentwicklung des Projektes dabei sein, auf gesammelte Materialien zurückgreifen, diese in deinen SMEP-Angeboten nutzen und dich schulübergreifend mit anderen Smeppern austauschen.



Im Materialien-Ordner dieser Gruppe findest du auch die zahlreichen Materialien und Kopiervorlagen, die im Reader an vielen Stellen als QR-Codes verlinkt sind!

Du kannst über die Aktivitäten in den einzelnen Gruppen per E-Mail benachrichtigt werden, wenn du das möchtest. Die entsprechenden Einstellungen findest du in der jeweiligen Gruppe unter „E-Mail Optionen“.



Natürlich kannst du auch selbst Gruppen gründen – für den SMEP-Kurs an deiner Schule oder für bestimmte Projekte.

Anmeldung

Registriere dich einfach auf <https://mentoren-lmz.de/registrieren>. Alles, was du hierzu brauchst, ist eine gültige E-Mail-Adresse. Wenn du oder deine Eltern nicht möchten, dass eure Familien-E-Mail-Adresse oder deine persönliche E-Mail-Adresse dafür genutzt wird, kannst du dir bei einem der gängigen Anbieter eine E-Mail-Adresse mit Nickname anlegen. Du musst sie dir nur zusammen mit dem von dir vergebenen Passwort merken.

Ganz unten auf der Website findet ihr alle wichtigen Informationen, wie die Allgemeinen Nutzungsbedingungen, die Datenschutzerklärung (nach DSGVO) und unsere Netiquette.



Das mentoren-net lebt vom Austausch – hilf uns, das mentoren-net mit Leben zu füllen und beteilige dich an Diskussionen. Tausche deine Materialien und profitiere selbst von den Anregungen anderer Mentoren und Mentorinnen! Entdecke die Möglichkeiten, die dir das mentoren-net bietet, und nutze diese für deine Funktion als Schüler-Medienmentor/-in an deiner Schule.

Methodensammlung

Um deine Angebote an deiner Schule etwas aufzulockern, haben wir hier einige Spiele und Methoden für dich zusammengetragen.



Nutze verschiedene Methoden in deinen Projekten und Angeboten. In einem Workshop kann nämlich niemand ewig lang einfach nur einem Vortrag zuhören! Plane deinen Workshop lieber abwechslungsreich mit verschiedenen Phasen, in denen deine Teilnehmer/-innen Input bekommen, dann aber auch selbst wieder aktiv werden müssen.

Grundsätzlich gilt für das Spielen in der Gruppe: Spiele sollen immer ALLEN Spaß machen. Deine Aufgabe als Gruppenleiter/-in ist, dass alle sich an die Regeln halten und möglichst alle mitmachen. Wenn jemand nicht mitmachen will, ist das seine / ihre Entscheidung und sollte von niemandem kommentiert werden.



Kennenlernspiele

4-Ecken-Spiel

Hilfsmittel: Stifte und Papier

Regeln: In den vier Ecken eines Raumes werden Schilder aufgehängt, die mit A, B, C oder D beschriftet sind. Ein/-e Moderator/-in liest immer vier Aussagen zu einem Thema vor. Die Teilnehmenden hören zu und entscheiden sich für eine Antwortmöglichkeit, indem sie sich in die jeweilige Ecke des Raumes begeben. Der / die Moderator/-in fragt z. B.: „Wie kreativ gehst du mit Medien um?“ und liest folgende Antwortmöglichkeiten vor:

A: Ich bin technisch so fit, dass ich eigene Medienprodukte erstellen kann.

B: Wenn ich meine Medienprodukte vorführe, erkennen andere, was ich damit aussagen will.

C: Meine eigenen Medienprodukte haben einen Sinn, sie vermitteln Wissen und können unterhalten.

D: Ich kenne die Grundregeln für die Gestaltung von Medien-Produkten (Layout eines Flyers etc.).

Ja-Nein-Spiel

Regeln: Der / die Moderator/-in liest jeweils eine Aussage zu einem Medienthema vor, z. B. „Ich habe ein Smartphone“, „Ich nutze Telegram“, „Ich muss mein Smartphone nachts abgeben“. Alle Teilnehmenden, die dieser Aussage zustimmen, stehen auf.

Dieses Spiel kannst du auch nutzen, um für den weiteren Verlauf deines Workshops besser einschätzen zu können, welche Voraussetzungen deine Teilnehmenden mitbringen. Überlege dir genau, welche Fragen du stellen kannst, um dies herauszufinden.

Märchen und Wahrheit

Hilfsmittel: Stifte und Papier

Regeln: Jede/-r soll drei Dinge aufschreiben, die ihr / ihm in Bezug auf Medien wichtig sind oder die die eigene Person oder den eigenen Umgang mit Medien beschreiben. Zusätzlich wird ein weiterer Sachverhalt erfunden, der nicht wahr, aber realistisch ist. Beim Vorstellen rät der Rest der Gruppe, was unwahr ist, z. B. „Ich nutze Instagram“, „Ich poste Fotos von meinem Hund“, „Ich spiele gerne Fortnite“, „Ich habe schon zwei YouTube-Videos erstellt“ etc.

My Picture

Hilfsmittel: Verschiedene stimmungsvolle Bilder / Fotos aus Zeitschriften (möglichst ohne Text, z. B. aus der Werbung)

Regeln: Jede/-r sucht sich das Bild aus, das ihr / ihm am besten gefällt und das am besten zu ihr / ihm passt. In der Runde begründet jeder / jede Teilnehmer/-in die Wahl (bezogen auf Medien, Medienerfahrungen, Sicht auf Medien etc.): „Ich habe mir dieses Bild ausgesucht, weil ...“. Antworten wie „weil es schön ist“ reichen als Begründung allein nicht aus.

Zipp – Zapp

Hilfsmittel: keine besonderen Hilfsmittel

Regeln: Alle Spieler/-innen bilden einen Kreis. Jede/-r informiert sich zunächst, wie sein/-e Nachbar/-in zur Linken und zur Rechten heißt. Ein/-e Spieler/-in steht in der Mitte und geht auf eine/-n der im Kreis sitzenden Mitspieler/-innen zu. Dabei sagt er / sie entweder „Zipp“, „Zapp“ oder „Zipp-Zapp“: Bei „Zipp“ muss die / der Angesprochene den Namen des linken Nachbarn / der linken Nachbarin sagen; bei „Zapp“ den Namen des rechten Nachbarn / der rechten Nachbarin; bei „Zipp-Zapp“ müssen alle Spieler/-innen ihre Plätze wechseln. Nennt ein/-e Mitspieler/-in bei „Zipp“ oder „Zapp“ den falschen Namen, muss er / sie seinen / ihren Stuhl an den / die Spieler/-in in der Mitte abtreten. Auch bei „Zipp-Zapp“ kann sich diese/-r einen Platz sichern.



Auflockerungsspiele

Diese Spiele eignen sich besonders, wenn vorher konzentriert gearbeitet wurde und nun die Aufmerksamkeit langsam nachlässt. Sie bieten die Möglichkeit, den Kopf frei zu bekommen und eine kreative Pause einzulegen. Wichtig ist, dass das Spiel nicht zu lange dauert und selbst wieder anstrengend wird. Achte hierbei auf die Zeit und spiele selbst nicht mit, sondern leite das Geschehen an.

Medienreise

Hilfsmittel: Stuhlkreis

Regeln: Alle Teilnehmenden sitzen in einem Stuhlkreis. Der / die Moderator/-in liest, ähnlich wie beim Kennenlernspiel „Ja-Nein-Spiel“, verschiedene Aussagen zum Thema Medien vor, die mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden können. Alle Teilnehmenden, die die Frage mit „Nein“ beantworten, bleiben sitzen. Die Teilnehmenden, die der Aussage zustimmen, stehen auf und suchen sich einen neuen Platz im Stuhlkreis.

Gordischer Knoten

Regeln: Alle Spieler/-innen stellen sich mit geschlossenen Augen in einem Kreis auf. Auf ein Kommando laufen alle mit nach vorne gestreckten Armen in die Mitte des Kreises. Jeder / jede Spieler/-in schnappt sich zwei Hände. Haben alle eine andere Hand gefunden, werden die Augen wieder aufgemacht. Nun wird gemeinsam versucht, den entstandenen Knoten zu entknoten, ohne die Hände loszulassen. Das Ziel ist, einen Kreis zu bilden, in dem sich alle an der Hand halten.

Bemerkungen: Es kann vorkommen, dass es zwei Kreise ineinander ergibt – das ist auch ok.

Kopiergerät

Regeln: Jede/-r im Kreis sucht sich im Stillen eine Person aus dem Kreis aus, die sie / er nachahmen wird. Wenn also diese Person sich in irgendeiner Weise bewegt, muss sie / er diese Bewegung mitmachen. Dabei sollten allerdings die Vorbilder nicht so offensichtlich angestarrt werden. Alle stellen sich in den Kreis, schließen die Augen, bewegen sich noch einmal leicht und öffnen sie wieder. Auf ein gemeinsames Kommando verändern alle ihre Stellung so wie ihr Vorbild. Am Ende gibt es entweder eine gemeinsame Stellung oder zwei, drei verschiedene Stellungen. Interessant ist, sich danach darüber zu unterhalten, wie es war, das Vorbild nachzumachen, und wann man gemerkt hat, dass man nachgemacht wird. Eventuell kann jede/-r sagen, warum sie / er sich ihr / sein Vorbild ausgesucht hat.



Kooperationsspiele

Kooperationsspiele sind dafür da, die Gruppe im Projekt weiter zusammenzuführen. Die Spiele helfen der Gruppe, besser miteinander zu kommunizieren, und sollten also unbedingt in deinem Projekt angewendet werden.

Zusammen bis 21

Ziel: Die Gruppe zählt gemeinsam von 1 bis 21. Die Gruppe sollte möglichst groß sein, aber das Spiel funktioniert auch mit Gruppen unter 10 Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

Regeln: Für das Spiel verteilen sich die Teilnehmer/-innen im Raum. Der / die Mentor/-in beginnt mit „1“ und danach gibt es keine festgelegte Reihenfolge mehr. Jeder / jede Teilnehmer/-in kann selbst entscheiden, wann er / sie die nächste Zahl sagt. Allerdings dürfen nicht zwei Leute gleichzeitig eine Zahl sagen. Dann muss man wieder bei „1“ anfangen.

Rollenspiel

Hilfsmittel: Kamera

Ziel: Die Teilnehmer/-innen lernen, zu reflektieren, sich klarer auszudrücken und konstruktives Feedback zu geben. Die Teilnehmer/-innen der Gruppe sollten sich untereinander nicht völlig fremd sein (dies ist kein Spiel zum Kennenlernen!). Der zeitliche Rahmen liegt pro Durchgang bei ca. 15 Minuten.

Regeln: Die Teilnehmer/-innen teilen sich in 4er- bis 6er-Gruppen auf. In jeder Gruppe meldet sich ein Mitglied als Vortragende/-r (Rollen werden später getauscht). Die / der Vortragende wählt ein Thema aus dem Kurs, über das er eine Minute lang reden möchte. Das können persönliche Erfahrungen sein oder auch Zusammenfassungen der Projektidee. Die übrigen Schülerinnen und Schüler filmen die / den Vortragende/-n während des Vortrags. Im Anschluss schauen alle gemeinsam das Video an. Als erstes darf die / der Vortragende sich über den Vortrag äußern und erklären, was sie / er gut daran findet und wo sie / er eventuell noch Verbesserungsbedarf sieht. Danach dürfen auch die anderen ihr Feedback an die / den Vortragende/-n geben. Achte hierbei darauf, das Feedback immer konstruktiv zu formulieren. Nutze nachvollziehbare und sachliche Formulierungen, am besten erklärst du der / dem Vortragenden anhand von Beispielen, worauf du hinaus möchtest. Versuche hierbei die Leistung der / des Vortragenden zu beschreiben, anstatt sie zu bewerten und zeige ihr / ihm deine Wertschätzung. Spreche nur Aspekte an, die sie / er auch wirklich verändern kann. Dann wechseln die Rollen und andere Vortragende kommen zum Zuge.

Der Medienzentrenverbund

Erkundige dich an deiner Schule, welche technischen Möglichkeiten und welche Ausstattung für dein Projekt zur Verfügung stehen. Alles Weitere kannst du am Medienzentrum deines Landkreises ausleihen. Es gelten dabei einige Regeln, wenn du die technischen Geräte des Kreismedienzentrums und auch der Schule für dein Projekt verwendest:

Handhabung der Geräte

- Du solltest die technischen Geräte immer sorgsam an einem sicheren Ort verstauen – am besten wegschließen.
- Die technischen Geräte – auch wenn du sie zwischendurch nicht brauchst – immer in die dafür vorgesehene Tasche zurücklegen.

Sauberer Umgang mit den Geräten

- Keine Fingerabdrücke auf den Objektiven von Foto- oder Videokameras hinterlassen.
- Wasser, Schmutz, Sonneneinstrahlung und Hitze vermeiden.
- Bei der Verwendung der technischen Geräte sollte nicht gegessen werden: Lieber Pausen an einem geeigneten Ort machen.

Technische Hinweise

- Vor dem Akkuwechsel die Geräte ausschalten.
- Displays vorsichtig zuklappen.
- Bei allen Anschlüssen die nötigen Kabel vorsichtig ein- und ausstecken.

Nach der Verwendung der Geräte

- Wenn alle Arbeiten beendet sind, alle Akkus wieder aufladen und prüfen, ob alle Materialien (Kabel etc.) noch da sind.
- Bei Verwendung eigener Speicherkarten diese aus den Geräten nehmen.
- Alle Daten auf eigene oder schuleigene Geräte oder USB-Sticks überspielen und im Anschluss von den Leihgeräten löschen.
- Alle Einstellungen, die verändert wurden (z. B. Bildformat bei Kameras) wieder auf die Ausgangseinstellungen zurückstellen.
- Das Stativ nach Gebrauch zusammenklappen. Den Stativaufsatz von der Kamera abschrauben und am Stativ befestigen.

- Alle Kabel, die verwendet wurden, sorgfältig zusammenlegen. Die Kabel haben einen eigenen Richtungssinn. Um Kabelsalat zu vermeiden, müssen die Kabel in der vorgegebenen Richtung zusammengelegt werden.
- Alle Fehler, Beschädigungen oder Verluste von technischem Material dem KMZ melden.
- Wenn nötig, die Geräte auch vorsichtig säubern und nur in einwandfreiem Zustand zurückgeben.



Auf www.lmz-bw.de/medienzentren kannst du nachlesen, wo sich das Medienzentrum in deinem Landkreis befindet und wie du Kontakt aufnehmen kannst.

Neben den Ausleihmöglichkeiten am Medienzentrum kannst du dich hier auch beraten lassen, wenn du Fragen zu den Themen aus dem SMEP-Kurs hast. Du kannst dich auch jederzeit an die Medienpädagogische Beratungsstelle des Landesmedienzentrums wenden: beratungsstelle@lmz-bw.de. Oder du fragst erst einmal die anderen Schüler-Medienmentorinnen und -mentoren im mentoren-net!

Die SMEP-Aufgabe

Nun weißt du, wie viel Arbeit in der Planung und Durchführung eines Projektes steckt und hast dabei verschiedene Hilfsmittel kennengelernt. Jetzt geht es darum, dein eigenes Projekt an deiner Schule zu entwerfen.

1. Gründe ein Projektteam und überlegt euch gemeinsam ein Thema für euer Projekt.
 - Falls ihr noch kein Thema für euer Projekt habt, nutzt eine der vorgestellten Methoden, z. B. Brainstorming, Kartenabfrage oder Tischset.
 - Überlegt euch die Ziele eures Projektes.
2. Schreibt einen Projekt-Steckbrief für euer Projekt. Wenn ihr noch nicht alle Felder des Steckbriefes ausfüllen könnt, holt dies im weiteren Verlauf eures Projektes nach.
3. Schreibt einen Plan, wie euer Projekt ablaufen soll:
 - Entwerft eine Mind-Map oder Pinnwand zu eurer Projektidee. Ihr könnt eine Freeware (kostenlose Software) nutzen, zum Beispiel das Mind-Map-Programm <https://miro.com> oder die digitale Pinnwand <https://www.taskcards.de>. Haltet hier schon einmal alle Ideen fest, die euch bei den Überlegungen zu eurem Projekt kommen.
 - Entscheidet euch für den Ablaufplan oder die Drei-A-Methode, um den Ablauf eures Projektes festzulegen.
4. Erstellt einen Fragebogen, mit dem ihr das Feedback der Teilnehmer/-innen einholen könnt.



Hier kannst du Ideen für euer Projekt notieren:

Modul

Aktive Medienarbeit

- 65** Mediengestaltung
Wie gestalte ich ein Printprodukt?
- 79** Webdesign
Wie erstelle ich einen Blog?
- 89** Audio
Wie kann ich Audioaufnahmen machen und nutzen?
- 105** Video
Wie drehe ich einen Film?
- 123** Präsentation
Wie stelle ich anderen mein Projekt vor?
- 139** Programmieren
Wie entwickle ich ein kleines Computerspiel?





Mediengestaltung

Auf einen Blick

In diesem Modul lernst du die Grundlagen der Mediengestaltung kennen. Was sind eigentlich Farben und wie wirken sie auf die Betrachtenden? Welche Schriften eignen sich für welches Produkt? Und wie erstellt man ein Layout für einen Flyer oder ein Plakat? Auch lernst du in dem Modul einiges darüber, was du beim Fotografieren bedenken solltest, und bekommst Tipps zur Bildbearbeitung und zu Zeichenprogrammen.

Außerdem erhältst du Informationen zu Creative Commons. Unter bestimmten Bedingungen darfst du nämlich Fotos, Grafiken oder Symbole aus dem Internet verwenden, ohne den / die Urheber/-in vorher direkt um Erlaubnis fragen zu müssen oder zu bezahlen.

Inhalt

Richtig layouts! Die Grundlagen	67
Typografie	68
Bildgestaltung	69
Bildformate	72
Dateiformate und ihre Verwendungsmöglichkeiten	72
Die Planung eines Printproduktes	73

Richtig layouten! Die Grundlagen

Um Printprodukte, wie Flyer oder Plakate, planen und gestalten zu können, solltest du mit den Grundlagen der Layouterstellung vertraut sein. In der Folge erhältst du einen genaueren Einblick.

Farbenlehre

Wozu dienen Farben?

Farben sind ein wichtiges Mittel, um Printprodukte zu gestalten. Sie dienen als Schmuck- und Gliederungselement. Farbe kann aber auch eine bestimmte Botschaft kommunizieren und hat Wiedererkennungswert. So denkt man bei der Farbkombination von Gelb und Blau schnell an IKEA, bei Magenta an die Telekom. Die Bedeutung einer Farbe wird letztendlich durch ihren Einsatz, ihre Menge und ihre Platzierung auf dem Printprodukt bestimmt. Dennoch übt jede Farbe von Natur aus eine bestimmte Wirkung auf uns Menschen aus, die je nach Kultur unterschiedlich geprägt sein kann.

Welche emotionale Wirkung haben Farben?

Rot	steht für Leidenschaft, Liebe, Dynamik, Feuer – wirkt stimulierend, aggressiv
Orange	steht für Lebhaftigkeit, Ausdauer, Mut – wirkt aufbauend, fröhlich
Gelb	steht für Freude, Optimismus, Glück, Verrat, Eifersucht, Neid
Grün	steht für Hoffnung, Ruhe, Ausgeglichenheit, Natürlichkeit
Blau	steht für Harmonie, Treue, Freundschaft, Distanz – wirkt kalt
Schwarz	steht für Macht, Gewalt, Tod, Eleganz – wirkt mächtig, sachlich
Weiß	steht für Reinheit, Unschuld, Leichtigkeit – wirkt hell, kühl

Bei der (Farb-)Gestaltung von Printprodukten ist stets die emotionale Wirkung zu berücksichtigen. So kann man verhindern, dass Verpackungen, aber auch Flyer und Broschüren die falschen Signale an die Betrachtenden senden. Gleichzeitig bieten festgelegte und wiederkehrende Farben einen besonderen Wiedererkennungswert.

Farbmodelle

Mithilfe von Farbmodellen lassen sich Farben anhand einer bestimmten Farbskala beschreiben, dabei gibt es in der Bildbearbeitung zwei unterschiedliche Farbmodelle.

RGB = Rot / Grün / Blau

Dies sind die physikalischen Grundfarben oder auch Bildschirmfarben. Das RGB-Modell ist ein additives Farbmodell, d. h. je mehr Farben miteinander gemischt werden, desto heller wird der Farbton. Alle drei Grundfarben in derselben Intensität zusammen ergeben den höchsten Helligkeitswert von 100 Prozent Weiß. Eingesetzt wird der RGB-Farbraum bei Darstellungen auf einem Monitor, z. B. bei einer Homepage oder einer Präsentation.

CMYK = Cyan / Magenta / Yellow / Key (Türkis / Pink / Gelb / Schwarz)

CMYK ist ein Farbmodell, das für den professionellen Druck verwendet wird. Es ist ein subtraktives Farbmodell, d. h. je mehr Farbe verwendet wird, desto dunkler wird der Farbton. „Key“ wird häufig auch als Black bezeichnet und steht für die Tiefe oder Schwarz. Die drei anderen Farben zusammen ergeben ein tiefes Grau. Konkret bedeutet das, dass im Druck vier Schichten der jeweiligen Farbe übereinander gedruckt werden. CMYK beinhaltet weniger Farbtöne als RGB, sodass z. B. beim Druck von stark leuchtenden Farben sogenannte Sonderfarben verwendet werden müssen.



Unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Farbraum> findet ihr weitere Infos zu den Farbmodellen.

Typografie

Die Schriftauswahl

Ob rundlich, elegant, schwerfällig, frech, jung oder alt: So wie es unterschiedliche Menschen auf unserer Welt gibt, existieren auch unterschiedliche Schriften. Durch ihre differenzierten Formen hinterlassen Schriften einen bestimmten Eindruck beim Betrachtenden und können – meist ganz unbewusst – das Interesse für ein Printprodukt grundlegend beeinflussen. Ein Beispiel: Würdest du eine gotische oder Frakturschrift (siehe Tabelle) für die Ankündigung eines Gaming-Workshops in deinem Flyer verwenden, würde die junge Zielgruppe sich wahrscheinlich überhaupt nicht angesprochen fühlen.

Gaming-Workshop für alle Schülerinnen und Schüler! Jetzt anmelden!

Daher ist es wichtig, die für den Anlass und die Zielgruppe passende Schrift zu wählen. In der Folge findest du eine Übersicht über Gruppen von Schriften, die dir das Verständnis für die Schriftwahl erleichtert:

<i>Schreibschriften</i>	dynamisch, schwungvoll, klassisch, elegant
Gotische oder Frakturschriften	konservativ, altmodisch, erinnert an frühere Zeiten
Serifenlose Schriften	ruhig, modern, sachlich, gut für längere Textblöcke
Serifenschriften	gut lesbar (gerade in Büchern, um die Zeile im Auge zu behalten), ruhig, klassisch

Schriftart: Probiere in deinem Layout stets mehrere Schriftarten aus der von dir gewählten Schriftengruppe aus, z. B. verschiedene Serifenschriften. Verlasse dich dabei auf deine Intuition. Achte darauf, dass du (vor allem für die längeren Fließtexte) gut lesbare Schriften wählst!

Schriftgröße: Große Schrift solltest du für wichtige Infos und Überschriften und kleine Schrift (ca. 11 bis 12 pt) für deine Fließtexte verwenden.

Schriftfarbe: Farben sind mit Vorsicht zu genießen, da du neben der Farbwahl auch auf den Kontrast von Hintergrund und Schrift achten musst. Rote Schrift auf grünem Hintergrund ist beispielsweise sehr schwierig zu lesen.



Verwende möglichst nicht mehr als zwei bis drei Schriftarten oder -größen, sonst ist für den / die Betrachter/-in deines Printprodukts nicht klar, was eine über- bzw. untergeordnete Information ist. Auch hier gilt: weniger ist mehr.

Satzarten

Blocksatz: Alle Zeilen eines Textes sind gleich lang. Dabei verändern sich die Wortabstände. Eingesetzt wird der Blocksatz vor allem bei Büchern, bei Zeitungen und oftmals auch bei Broschüren.



Flutter- bzw. Rausatz: Die Zeilen eines Textes sind links- oder rechtsbündig angeordnet, die Zeilenlänge wiederum variiert. Bei einem Flattersatz machen die Unterschiede höchstens ein Fünftel der Zeilenlänge aus, beim Rausatz wiederum ist die sogenannte Flutterzone wesentlich kleiner. Einsatz finden diese Satzarten u. a. bei Flyern, Bildunterschriften, Postern und Visitenkarten. Der Rausatz ist oft auch in Taschenbüchern zu finden.



Mittelachsensatz: Die Zeilen sind mittig angeordnet, sodass sowohl links, als auch rechts eine Flutterzone zu sehen ist. Eingesetzt wird der Mittelsatz u. a. bei Plakaten, Gedichten, Buchtiteln oder auch bei Überschriften.



Bildgestaltung

Neben Farben und Schriften spielen vor allem die Bilder auf Printprodukten eine maßgebliche Rolle. Sie wecken Interesse und regen zum Handeln an, z. B. zur Anmeldung zu deinem Kurs oder zu einem Kauf. Entsprechend ist es wichtig, nicht einfach drauf los zu fotografieren, sofort im Internet nach Bildmaterial zu suchen und schließlich ein beliebiges Bild auf einen Flyer oder ein Plakat zu setzen. Du solltest dir stattdessen ganz bewusst die Zeit nehmen, um dir über die gewünschte Aussage und das Ziel der Abbildung Gedanken zu machen.

Am besten ist es, wenn du selbst fotografierst und eigene Bilder verwendest. So hast du alle Urheber- und Nutzungsrechte und kannst dein Printprodukt ohne Bedenken auch an anderen Orten als an der Schule verteilen. Außerdem kannst du auf diese Weise am besten den Inhalt deiner Bildbotschaft beeinflussen. In der Folge erfährst du mehr über die Möglichkeiten der Fotografie, aber auch worauf du bei der Bildrecherche im Internet achten solltest.

Fotografie

Fotografieren ist leicht. Alle können es, alle tun es. Schon kleinen Kindern macht es einen Riesenspaß, andere Menschen, Tiere oder einfach ihre direkte Umgebung zu fotografieren. Dieser Alltagsspaß wird von echten Fotografen mitunter als „Knipsen“ bezeichnet. Auch mit deinem Smartphone kannst du sehr gute Fotos machen. Achte dabei aber auf die Lichtverhältnisse. Die Lichtempfindlichkeit (ISO) lässt sich bei vielen Smartphone-Kameras über „Helligkeit +/-“ einstellen. Bei Dunkelheit kann das Restlicht durch einen Nachtmodus oder eine entsprechend längere Belichtungszeit verstärkt werden. Außerdem können dich auch verschiedene Apps kreativ unterstützen, z. B. mit unterschiedlichen Filter-Effekten.

Kameraobjektiv

Die meisten digitalen Kameras sind mit einem Zoom-Objektiv ausgestattet, mit dem Motive im Bild näher herangeholt werden können. Die Brennweite, also der Abstand zwischen Objektiv und Speichermedium, ist beim Zoom variabel. Je kürzer die gewählte Brennweite, desto mehr kommt auf das Bild. Je länger die Brennweite, desto größer werden auch entfernte Objekte abgebildet (heranzoomen).

Der Kamerachip

Der Chip in der Kamera ist ähnlich strukturiert wie später das digitale Foto. Das Foto besteht aus Punkten, sogenannten Pixeln, die in Spalten und Reihen angeordnet sind. Wie viele Pixel für die Aufzeichnung eines Bildes zur Verfügung stehen, ist ein wichtiges Qualitätskriterium. Der Chip ist aus einem gleichmäßigen Raster von vielen einzelnen lichtempfindlichen Zellen aufgebaut. Die Megapixelanzahl gibt an, wie viele dieser Fotozellen auf dem Chip der jeweiligen Kamera vorhanden sind.

Hinweis für bessere Fotos

Wer sich vor und während der Fotoaufnahmen über ein paar Dinge Gedanken macht und seine Aufnahmen bewusst gestaltet, wird mit guten Fotos belohnt.

- Das Thema, das fotografiert werden soll, vorher festlegen: Gerade für die Planung und Gestaltung eines Printproduktes ist das vorherige Nachdenken über Motiv und gewünschte Aussage besonders wichtig! Nimm dir die Zeit, um entsprechende Überlegungen anzustellen.
- Den Bildausschnitt festlegen: Sind die Personen zu klein drauf? Sind die Füße abgeschnitten? Ist immer alles in der Bildmitte? Spiele mit verschiedenen Bildausschnitten und schaue dir anschließend an, welche unterschiedlichen Wirkungen sie haben.
- Die Kamera ruhig halten: Benutze eventuell ein Stativ.
- Den Standort bewusst wählen: Prüfe, wie es wirkt, wenn du z. B. einmal in die Knie gehst, dich auf einen Stuhl stellst oder von einem Turm aus fotografierst.
- Den Vorder- und den Hintergrund beachten: Wenn im Vordergrund z. B. eine Person oder ein Gegenstand fotografiert werden soll, dürfen keine Objekte, wie Bäume, Pfosten, Muster oder Personen, im Hintergrund stören.
- Die Lichtverhältnisse prüfen: Stimmt das Licht im Bild? Gibt es unerwünschte Schatten oder Lichteffekte? Mit dem Licht steht und fällt die gewünschte Bildaussage. Das gilt sowohl für die Belichtung des abgebildeten Gegenstandes oder der Person als auch für das Umgebungslicht. Morgens ist draußen beispielsweise kälteres Licht als abends, wenn die Sonne als Lichtquelle gelb bzw. orange, d.h. warm leuchtet.
- Die Bildkomposition bestimmen: Bilder werden häufig interessanter, wenn das Motiv nicht immer mittig abgebildet wird.
- Ersatzbatterien oder Akkus einpacken: Du solltest mindestens eine Ersatzbatterie, einen zusätzlichen Akku und eine weitere Speicherkarte mitnehmen.

Hinweise zum Fotografieren mit dem Smartphone:

- Per Fingertipp den Fokuspunkt und die Belichtung bestimmen
- Auflösung und Bildqualität auf Maximum stellen
- Smartphone immer zweihändig bedienen (verhindert Verwackeln)
- Selfies besser von leicht oben machen
- Linse regelmäßig reinigen



Achtung Rechte!

Wenn du Personen fotografierst, müssen sie mit einer Veröffentlichung einverstanden sein („Recht am eigenen Bild“). Informationen über die wichtigsten Rechte findest du im Modul: „Jugendmedienschutz“ sowie auf www.klicksafe.de unter Themen – Rechtsfragen im Netz.

Abbildungen aus dem Internet

Möchtest du bereits vorhandene Abbildungen aus dem Internet nutzen, musst du einige Punkte beachten. Benutze beispielsweise niemals Fotos von anderen ohne Genehmigung, denn damit verletzt du deren Urheberrecht und das kann teuer werden (Schadenersatzforderungen). Um rechtliche Probleme zu verhindern, gibt es die Möglichkeit, Bilder mit einer Creative-Commons-Lizenz runterzuladen und zu verwenden.

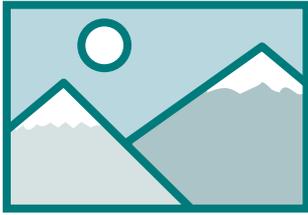
Creative Commons (CC) ist eine Non-Profit-Organisation, die Hilfestellung für die Veröffentlichung und Verbreitung digitaler Medieninhalte anbietet. Die CC-Lizenzen, auch „Jedermann-Lizenzen“ genannt, erlauben, dass man ein Bild unter bestimmten Bedingungen einfach benutzen darf, ohne beim Urheber nachfragen zu müssen oder etwas dafür zu bezahlen. Ausführliches zu den Creative-Commons-Lizenzen findest du unter: de.creativecommons.org.

Hilfreiche Links für das Herunterladen von Bildern, Symbolen oder Grafiken mit CC-Lizenz

- <https://wordpress.org/openverse/> (sucht auf bestimmten CC-Lizenz-Websites, wie www.flickr.com)
- www.freepik.com
- www.vecteezy.com

Bildformate

Die digitale Bildbearbeitung unterscheidet zwei verschiedene Bildformate: Vektor- und Pixelformate.



Vektorformate beschreiben Bilder durch die Parameter der im Bild enthaltenen grafischen Elemente, z. B. der Position der Eckpunkte eines Rechtecks sowie der Breite der Linien und deren Farbe. Der wesentliche Vorteil von Vektoren ist die Skalierbarkeit, die es gestattet, Bilder stufenlos ohne Verzerrungen oder Treppenstufeneffekte zu vergrößern. Ein weiterer Vorteil ist, dass Dateien von Vektorgrafiken sehr klein sind und wenig Speicherplatz benötigen. Sie eignen sich jedoch nicht für die Darstellung von Bildern in

Fotoqualität mit einer Vielzahl von Farbtönen und Farbverläufen. Vektorformate werden durch Grafikprogramme wie zum Beispiel Adobe Illustrator erzeugt.



Pixelformate sind im Bereich der Bildbearbeitung Standard. Bei Pixelformaten werden Bilder in Spalten und Zeilen aufgeteilt und die Farbwerte jedes Bildpunktes (pixel = picture element) abgespeichert. Pixelformate eignen sich hervorragend zur fotorealistischen Darstellung von Bildinhalten. Sie lassen sich aber im Gegensatz zu Vektorgrafiken nicht frei skalieren: Beim Vergrößern und Verkleinern ändert sich die Bildauflösung.

Dateiformate und ihre Verwendungsmöglichkeiten

Bilder können in unterschiedlichen Dateiformaten abgespeichert werden. Die wichtigsten Dateiformate, die im Umgang mit Bildern verwendet werden, sind:

JPEG/.jpg: Das Format besitzt eine gute Komprimiermethode und kann die Datenmenge eines Bildes auf einen Bruchteil zusammenschrumpfen lassen, ohne dass wir große Qualitätsunterschiede gegenüber dem Original feststellen. Da bei jedem Speichervorgang die Komprimierung neu angewendet wird, sollten wir unser Bild erst am Schluss der Bearbeitung im JPEG-Format abspeichern.

TIFF/.tif: Dieses Format eignet sich gut als Master-Arbeitsformat. Die Qualität des Bildes bleibt immer erhalten; die Datenmenge ist aber entsprechend groß. Viele Programme, wie z. B. Paint.net, Corel Paint oder Photoshop, können TIFFs importieren.

Photoshop/.psd: Das Photoshop-Bildformat speichert neben den Bildinformationen auch alle anderen Funktionen wie Ebenen, Aktionen etc. Dieses Format kann nur von Photoshop oder anderen professionellen Grafikprogrammen geöffnet werden.

EPS/.eps: Dieses Dateiformat wird zur Speicherung von Vektorgrafiken verwendet.

Bildauflösung

In der digitalen Bildverarbeitung, wird man mit einer Vielzahl von Parametern konfrontiert. Hier sieht man Bezeichnungen, wie etwa ppi, dpi oder auch lpi (Rasterweite), die alle die Bildauflösung bezeichnen. Unter Auflösung versteht man die Anzahl der Bild- oder Druckpunkte pro Zoll. Bei der Bildschirmdarstellung spricht man von ppi – pix per inch –, was die Anzahl der Pixel bezeichnet. Bildschirme lösen ein Bild mit 72 ppi auf, daher reicht dieser Wert auch für Bilder im Internet. Beim Scannen spricht man ebenfalls von ppi. Im Druckbereich gilt die Einheit dpi – dots per inch –, welche die Anzahl der Farbpunkte pro Zoll im Ausdruck angibt.

Die Planung eines Printproduktes

Der Flyer

Um einen Flyer herzustellen, den alle verstehen, der die wichtigsten Informationen enthält und auch noch gut aussieht, musst du einiges beachten: Die Struktur aus Texten und Bildern sollte verständlich und übersichtlich sein, außerdem sollte auf eine kompakte Textlänge geachtet werden. Betrachtende sollten alle nötigen Informationen finden.

Das Layout eines Flyers

Der Begriff Layout kommt vom englischen „to lay out“ und meint so etwas wie „entwerfen“ oder „planen“. Das Layout ist also die Anordnung aller Elemente auf deinem Flyer. Das Layout setzt sich zusammen aus:

- Format (Größe des Papiers)
- Farben
- Bilder und Grafiken
- Text

Flyer-Formate

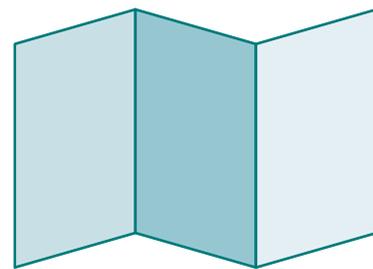
Es gibt eine Vielzahl an unterschiedlichen Flyerformaten, die im Alltag Einsatz finden. Beliebte Varianten sind beispielsweise der vierseitige DIN lang Falzflyer (z. B. Endformat 10,5 cm × 21 cm), einseitige Flyer, ebenso wie Wickelfalz- und Zickzackfalz-Flyer. Um das jeweilige Endformat für die Anlage deiner Layoutdatei in Erfahrung zu bringen, ist es am einfachsten, sich bei einer beliebigen Druckerei (z. B. www.flyeralarm.com) die einzelnen Flyermodelle anzuschauen und dort die Produktdetails einzusehen. In diesen findest du nicht nur die relevanten Größenverhältnisse, sondern erhältst auch zusätzliche Informationen über die Vorgaben und Abstände, die jeweils an den Rändern eingehalten werden müssen. Oftmals kannst du dir sogar eine leere Vorlage herunterladen, die bei ersten Gestaltungsversuchen helfen kann!



einseitiger Flyer



Einbruchfalz-Flyer



Zickzackfalz-Flyer (bis 10 Seiten)



Falte den Flyer mit echtem Papier vor und zeichne ein, wo welche Inhalte platziert werden sollen. So kannst du dir vorher bereits ein Bild des Endresultats machen, weißt, welche Bild- und Textelemente du benötigst, und kommst mit der tatsächlichen Umsetzung am Computer schneller voran.

Auseinandersetzung mit den ersten Gestaltungsideen

Farbgebung: Sollen oder müssen bestimmte Farben auf dem Flyer vorkommen (Vereinsfarben, Wappen, Logofarben ...)? Schöne und stimmige Farbharmonien kannst du übrigens unter <https://color.adobe.com/de/> unter dem Reiter „Entdecken“ finden. Diese helfen dir, dein Printprodukt noch harmonischer zu gestalten.

Motiv: Was ist der Hingucker deines Flyers? Überlege dir ein geeignetes Bildmotiv, das die inhaltliche Botschaft gut vermittelt.

Logos: Logos benötigst du wenn möglich als Vektordatei, zumindest aber als hochauflösende Datei (300 dpi). Die Logos werden meist am unteren Rand der Seite (vorne oder hinten auf dem Flyer) in einer Reihe angeordnet.

Bild und Text: Setze Bilder und Texte, die miteinander in Verbindung stehen, immer nahe zueinander! Beispielsweise kannst du ein Bild links platzieren und den beschreibenden Text rechts daneben. Oftmals werden kurze Texte oder Aussagen auch auf einem Bild platziert, entweder auf einer recht einheitlichen Farbfläche (bei einer Landschaft wäre das z. B. auf der Wiese oder im Himmel) oder mit einem farblich abgesetzten Kasten.



Es muss nicht immer ein Flyer sein!

Neben Flyern gibt es auch noch andere Möglichkeiten, dein Projekt zu bewerben. Wäre vielleicht ein Plakat die bessere Alternative? Überlege dir, auf welche Weise du am ehesten deine Zielgruppe erreichen kannst, und entscheide dich schließlich für ein passendes Printprodukt. Die angegebenen Gestaltungsrichtlinien rund um den Flyer gelten natürlich auch für Plakate. Wichtig ist dabei nur, dass du die Schriftgrößen anpasst, da Plakate natürlich eine größere Fläche bereithalten als Flyer.

Programme zur Bildbearbeitung

Um die erstellten oder gefundenen Abbildungen zu bearbeiten oder selbst Zeichnungen / Illustrationen herzustellen, gibt es eine Vielzahl an hilfreichen Programmen. Hier findest du eine Übersicht über meist kostenfreie Programme, die dir auch bei der Flyererstellung helfen können.

Programme zur Bildbearbeitung / zum Zeichnen:

- Adobe Photoshop (Profiprogramm, kostet Geld)
- Paint.net
- Pixelformer
- GIMP

Programme zur schnellen Bildkorrektur / Bildanordnung:

- Picasa
- Irfanview
- Picsizer



Anleitungen und Tipps zu den Programmen findest du in YouTube-Tutorials.

Programme zum Layouten

Eine echte Alternative zu InDesign ist das kostenlose Programm Scribus, das für Windows und Mac erhältlich ist. Für kleinere Projekte eignet sich auch die abgespeckte Free Edition von VivaDesigner.



Vorbereitung

Bevor du dich an die Gestaltung deines Flyers machst, sollten folgende Fragen geklärt sein:

Welche Projektidee hast du? *(Kurz den Inhalt beschreiben)*

Wie soll das Projekt heißen? *(Titel des Projektes)*

Mit welchen Medien wird im Projekt gearbeitet? *(Projektmaterialien)*

Welche Klassen, welche Altersgruppe, welches Geschlecht soll das Projekt ansprechen? *(Zielgruppe)*

Welche Gestaltungselemente sind auf deinem Flyer zwingend notwendig?

(z. B. Logos oder bestimmte Farben. Gibt es Vorgaben?)

Welche Materialien (z. B. fertige Textbausteine, Bilder, Grafiken) stehen für deinen Flyer zur Verfügung? *(Materialien)*

.....

.....

Welche Botschaft soll mit dem Flyer vermittelt werden? *(Botschaft)*

.....

.....

Welche Ideen kommen dir in den Kopf, wenn du an die Projektidee denkst? *(Brainstorming)*

.....

.....

Welche Gestaltungselemente (Farben, Schriften, Bilder etc.) sprechen deine Zielgruppe an? *(Konkretisierung)*

.....

.....

Welche Ideen, die dir bei der obigen Frage in den Kopf kamen, kannst du im Hinblick auf deine Zielgruppe wohl tatsächlich für deinen Flyer nutzen? *(Konkretisierung)*

.....

.....

Platz für erste Scribbles („Scribble“ meint übersetzt „Kritzelei“ und steht in der Werbebranche für die Erstellung erster Grobentwürfe):

.....

Checkliste für die wichtigsten Informationen auf deinem Flyer

Letztendlich entscheidest du, wie das Layout deines Flyers aussieht. Was jedoch an Information enthalten sein muss, kannst du mit dieser Checkliste erarbeiten:

Informationen für die Teilnehmenden an deinem Projekt (Eckdaten)

WO findet das Projekt statt?

.....

WIE heißt das Projekt?

.....

WAS wird im Projekt erarbeitet?

.....

WANN findet das Projekt statt?

.....

WER kann teilnehmen?

.....

WIE VIELE Personen können teilnehmen?

.....

WER leitet das Projekt?

.....

WO kann man sich anmelden?

.....

Falls dir zusätzliche Ideen kommen, was in deinem Flyer noch stehen sollte, kannst du die Checkliste weiter ergänzen.



Damit dein Projekt genügend Teilnehmende findet, solltest du den Flyer bzw. das Plakat an gut sichtbaren Orten präsentieren. Zum Beispiel verteilst du die Flyer in den einzelnen Klassen, an Schulfesten oder (bei Kooperationsprojekten) in Jugendzentren. Setze dich außerdem mit der SMEP-Kontaktlehrkraft in Verbindung und bitte auch andere Lehrkräfte (beispielsweise direkt im Lehrerzimmer) darum, deinen Flyer weiterzugeben.





Webdesign

Auf einen Blick

Webdesign ist ein breiter und nicht immer einfach fassbarer Begriff, denn viele Aspekte spielen bei der Gestaltung von Homepages, Blogs und anderen Webauftritten eine Rolle. Gerade in den letzten 20 Jahren hat sich mit der Weiterentwicklung des Internets und den immer größeren Bearbeitungsmöglichkeiten eine ganze Menge in diesem Bereich getan. Das zeigen auch Fachbücher zum Thema „Webdesign“, die locker 800 Seiten mit wissenswerten Inhalten füllen und dabei sicherlich nur einen kleinen Ausschnitt des Ganzen aufzeigen.

Um dir einen ersten Überblick zu geben und dich beispielsweise bei den Grundlagen zur Entwicklung eines SMEP-Blogs zu unterstützen, werden die Bereiche „Konzept“, „Inhalt“, „Design“ und „Technik“ im Rahmen dieses Kapitels näher betrachtet.

Inhalt

Die Grundlagen des Webdesigns	81
Das Konzept	82
Die Inhalte	82
Das Design	86
Technik	86

Die Grundlagen des Webdesigns

Eine Website basiert auf zahlreichen Pfeilern. Sie alle müssen bei der Konzeption und Umsetzung berücksichtigt werden, um am Ende ein Ergebnis vorzeigen zu können, dass die Nutzer/-innen nicht nur anspricht, sondern das von seiner Botschaft her auch funktioniert. Die vier Bereiche Konzept, Inhalt, Design und Technik bilden daher die Basis dieses Kapitels und bieten dir wichtige Grundlagen bei der Erstellung einer eigenen Website oder beispielsweise eines SMEP-Blogs. Bevor es jedoch um diese vier Pfeiler des Webdesigns geht, lernst du in der Folge einige Grundbegriffe kennen, um den Aufbau einer Website besser nachvollziehen zu können.

Header, Footer und Co

The screenshot displays the LMZ (Landesmedienzentrum Baden-Württemberg) website. The layout includes a top navigation bar with links for 'Medienzentren', 'Kontakt', 'Karriere', 'Presse', and 'Barrierefreiheit'. The main content area features a large hero section with a photograph of children and a call to action for 'WEIHNACHTSLIEDER INTERKULTURELL – ANREGUNGEN UND TIPPS ONLINE SING MIT!'. Below this are four smaller content blocks, each with an image and a 'Mehr erfahren' button. The footer contains information about regional centers in Karlsruhe and Stuttgart, along with social media icons and contact details.

1 (Header area)

2 (Navigation menu)

3 (Hero image)

4 (Content block 1: NEUER FILM DES MEDIENZENTRENVERBUNDS)

5 (Content block 2: NEUER SELBSTLERNKURS FÜR SCHÜLER/-INNEN ZUM IPAD)

6 (Footer area)

Aktive Medienarbeit

- 1 **Header / Kopfzeile:** bietet Orientierung, beinhaltet meist das Firmenlogo und das Menü
- 2 **Navigations-elemente:** meint das Menü einer Website. Oftmals ist dieses auch in einer Sidebar zu finden (sprich dort befindet sich das Menü an der Seite einer Homepage / eines Blogs und nicht oben).
- 3 **Featured Image:** großes Titelbild, das Aufmerksamkeit erweckt und eine erste Botschaft übermittelt
- 4 **Layoutelemente:** dienen der Organisation und Struktur (Raster, Farbflächen, Schatten, Linien etc.)
- 5 **Inhaltselemente:** Texte und Bilder, die die Inhalte wiedergeben. Sie sollten eine einfache und logische Struktur haben, um leicht verständlich zu sein.
- 6 **Footer / Fußzeile:** bietet einen Direktzugriff auf bestimmte Bereiche der Website und / oder auf Soziale Netzwerke und stellt den Platz für das Impressum, die Datenschutzerklärung und zusätzliche Kurzinfos (z. B. Adresse oder Link zu einer Kontaktseite)

Das Konzept

Wie auch bei allen anderen Projekten und Planungen steht und fällt das Webdesign mit einem in sich stimmigen Konzept. Es bildet die Basis deiner Website oder deines Blogs und sollte daher in Ruhe und mit ausreichend Zeit entwickelt werden. Welche Inhalte du dabei im Detail beachten solltest und wie du bei der Konzepterstellung vorgehst, erfährst du ausführlich im Kapitel „Mentor/-in sein“ im Abschnitt „Projektmanagement“.



Vorbilder bieten Leitlinien

Ein Blick über den Tellerrand schadet nicht! Schau dir einmal andere Blogs oder Websites an und erstelle jeweils eine Liste mit gut umgesetzten Punkten und Kritikpunkten. So können du und dein Team die eigenen Ideen noch weiter optimieren. Achte jedoch darauf, vor lauter Anpassungen und Änderungen nicht das Design und die Technik über den Inhalt dominieren zu lassen.

Die Inhalte

Was war zuerst da? Das Huhn oder das Ei? Der Inhalt oder das Design? Oftmals werden Inhalte und Design parallel erstellt, um die Möglichkeiten, die das gewählte Design bietet mit den Inhalten abzugleichen. Denn was nützen dir die tollsten hochauflösenden Bilder, wenn dein Design jeweils nur eine kleine Bildvorschau ermöglicht, auf der am Ende nichts zu erkennen ist? In der Folge erhältst du einen Überblick über grundlegende Inhalte einer Website.

Impressum, Datenschutzerklärung, Urheberrecht

Informiere dich bereits so früh wie möglich über die rechtlichen Vorgaben, die im Rahmen eines Web-auftritts zu beachten sind. Für jede Website besteht die Pflicht, ein Impressum und eine Datenschutzerklärung zu veröffentlichen. Am besten nimmst du hierfür Kontakt zu dem / der Datenschutzbeauftragten deiner Schule oder dem / der Verantwortlichen der Schulhomepage auf. Mit diesem/-r kannst du

besprechen, wie man dein Webangebot sinnvoll auf der Schulhomepage integrieren oder als eigenständige Seite entwickeln kann.

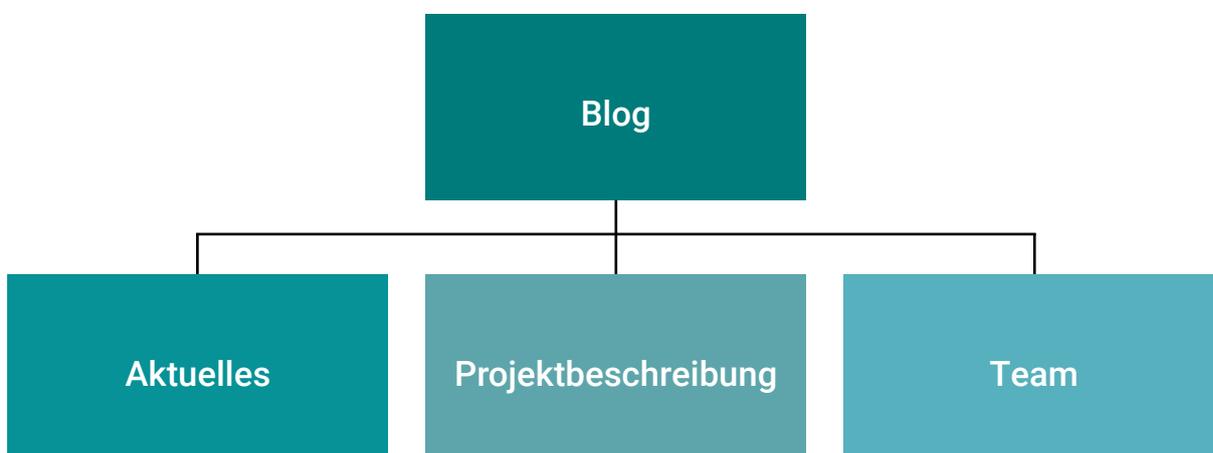
Corporate Design

Wie auch im Modul „Aktive Medienarbeit“ dieses Readers, solltest du dir bei den Inhalten zuerst die Frage stellen, ob es Elemente gibt, die du übernehmen musst, weil sie z. B. den Wiedererkennungswert deines Projektes verstärken, nachdem du bereits einen Flyer mit ebenjenen Bausteinen entwickelt und in der Schule verteilt hast. Man spricht auch von Corporate Design, wenn alle Produkte eines Projektes eine gleichartige Gestaltung aufweisen. Sind es bestimmte Farben, die an dein Projekt erinnern, eine bestimmte Schriftart, Bilder und / oder Logos, die auf der Website oder dem Blog wieder auftauchen sollten? Halte die notwendigen Informationen am besten auf einem Blatt Papier fest.

Navigationsstruktur

Die Navigationsstruktur bestimmt, wie und in welcher Reihenfolge die einzelnen Screens bzw. Bildschirm-inhalte angezeigt werden. Dabei kann zwischen einer linearen Struktur, einer Baum- und einer Netzstruktur unterschieden werden.

Bei einem Blog beispielsweise wirst du nicht viele Screens bzw. Menüpunkte haben. In der Regel hast du eine Seite, die „Blog“ heißt und auf der die jeweils geposteten Inhalte angezeigt werden, möglicherweise noch eine Seite, die das Projekt beschreibt (z. B. „Projektinhalt“) und eine Seite, die das Team vorstellt (z. B. „Team“). Folglich kann man in diesem Fall nicht wirklich von einer komplexen Struktur sprechen. Im Footer wiederum sind in der Regel die Verlinkungen zu deinem Impressum und der Datenschutzerklärung hinterlegt.



Farbwahl

Ob ein gedruckter Flyer, ein Plakat oder eine Website – Farben spielen jeweils eine wesentliche Rolle und sagen viel über die Inhalte eines Projektes aus. Um die richtigen Farben für den richtigen Kontext zu wählen, kannst du dich im Abschnitt „Farbenlehre“ (siehe Kapitel „Mediengestaltung“) näher mit der Welt der Farben auseinandersetzen.

Texte

In der Regel sind auf einer Website oder einem Blog Texte zu finden, die Informationen, Tipps und Tricks vermitteln. Jedoch gibt es einige Unterschiede zwischen gedrucktem Text (in Flyern, Broschüren, Büchern etc.) und Bildschirmtexten. Auch wenn Bildschirme heutzutage eine höhere Auflösung haben als früher und daher ein angenehmeres Lesen ermöglichen, ist es dennoch anstrengend, längere Texte darauf zu lesen. Um die Nutzer/-innen deines Webangebots dennoch bei Laune zu halten und zu motivieren, sollten die Texte leicht lesbar sein, also mit möglichst wenigen Worten das Wesentliche beschreiben. Überschriften und / oder Kurzzusammenfassungen (2–3 Sätze) zu Beginn deines Artikels können ebenfalls dabei helfen, die Leser/-innen neugierig zu machen, ohne bereits die ganze Geschichte zu erzählen.

Checkliste: Was du bei Texten im Internet beachten solltest

- Vermeide Rechtschreibfehler, denn diese lassen dein Angebot unseriös wirken und reduzieren daher die Attraktivität des Inhalts!
- Beschränke dich auf möglichst kurze und kompakte Texte, die alle notwendigen Informationen auf interessante und neugierig machende Weise vermitteln.
- Nimm dir Zeit, um bereits in den Überschriften und Kurzzusammenfassungen (2–3 Sätze) das Interesse der Lesenden an deinem Webauftritt zu wecken.
- Nutze gut lesbare Schriften für einen Webauftritt (Serifenschriften oder serifenlose Schriften – siehe auch Abschnitt „Typografie“ im Kapitel „Mediengestaltung“) und nutze dekorative Schriften (z. B. Schreibschriften) ausschließlich für Überschriften oder als dekorative Elemente.
- Setze Überschriften, Zwischenüberschriften und Fließtexte deutlich voneinander ab. Nutze dazu unterschiedliche Größen, Farben und Zeilenabstände. Achte ebenfalls darauf, dass Überschrift und Zwischenüberschrift nicht die gleiche Größe haben, sondern auch hier eine Hierarchie zu erkennen ist.
- Achte auf einen starken und für das Auge angenehmen Kontrast deiner Schrift zum Rest des Webauftritts. Im besten Fall setzt du schwarze Schrift auf einen möglichst hellen Hintergrund. Weiße Schriften auf einem dunklen Hintergrund können das Interesse der Leser/-innen wecken, sollten jedoch sparsam genutzt werden, z. B. für eine Information (Tipp, Zitat, Idee etc.), die sich vom übrigen Text abheben soll, weil das Lesen solcher Texte anstrengender ist.

Icons

Auch Icons (grafische Symbole, wie z. B. das Kamerasymbol von Instagram) finden auf Blogs und Websites immer mehr Verwendung und helfen den Nutzerinnen und Nutzern durch kleine visuelle Hinweise (z. B. einen Pfeil oder ein grafisches „i“ für „Info“) sich schneller zurechtzufinden. Möchtest du stattdessen auf bereits vorhandene Icons zurückgreifen, achte stets darauf, ob und unter welchen Bedingungen du diese tatsächlich verwenden darfst!



Auf der Seite www.flaticon.com beispielsweise findest du lizenzfreie Icons, bei denen du jeweils den Autor nennen musst. Jedes Icon bietet dazu unterhalb des Download-Buttons einen „How to credit?“-Link an, in dem ein konkretes Beispiel für den anzugebenden Bildnachweis gezeigt wird.

Bilder

Bilder können im Gegensatz zu Texten in Bruchteilen von Sekunden erfasst und eingeordnet werden. Entsprechend haben sie eine hohe Kommunikationsgeschwindigkeit und helfen den Leserinnen und Lesern, sich bereits mit dem Inhalt des Webauftritts auseinanderzusetzen, noch ehe sie ein einziges Wort gelesen haben. Natürlich müssen dazu die richtigen Bilder gewählt werden. Ein weiterer Vorteil ist, dass Bilder länger in Erinnerung bleiben. Oftmals hängt das mit der jeweils vermittelten Botschaft oder der emotionalen Wirkung zusammen, die auf die Betrachtenden ausgeübt wird. Was also solltest du bei der Bildwahl für deinen Webauftritt beachten?

Checkliste: Was du bei Bildern im Internet beachten solltest

- Ein Bild muss die Leser/-innen überzeugen! Wähle entsprechend ein Foto aus, auf dem das Wesentliche, das du beispielsweise im danebenstehenden Text weiter ausführst, abgebildet ist. Verzichte auf viele Details und dekorative Elemente, die zu sehr von der Bildbotschaft ablenken.
- Beachte eventuell geltende Urheberrechte und greife gegebenenfalls auf Creative-Commons-Bilder zurück (siehe hierzu das Kapitel „Urheberrecht im Internet“). Am besten und sichersten für deinen Webauftritt sind eigene Fotos!
- Filter bieten oftmals eine interessante Möglichkeit, um auf den Fotos eine besondere Atmosphäre zu schaffen. Teste zunächst einige Alternativen aus und besprich sie in deinem Team. Welche Version hat die größte und passendste Wirkung in Zusammenhang mit dem zu vermittelnden Inhalt?
- Je größer deine Bilddatei ist, desto länger dauert es, bis sie im Internet geladen werden kann, weil sie runtergerechnet werden muss. Achte deshalb darauf, dass das Format der Aufnahme nicht wesentlich größer ist als der Platz, an dem sie schließlich auf der Website oder dem Blog steht. Mit einem Bildbearbeitungsprogramm kannst du die Bildgröße und die Dateigröße entsprechend verringern.

Beispiel:

Dein Bild hat eine Größe von 30 × 40 cm, soll jedoch als Vorschaubild mit einer Größe von 3 × 4 cm dienen. Nutze dein Bildbearbeitungsprogramm, um die Größe entsprechend zu verringern und somit das Laden der Inhalte auf deiner Website / deinem Blog zu beschleunigen.

Speichere zudem dein Bild mit 72 dpi Auflösung in einem gängigen Internetformat ab. In der Regel können JPEGs, GIFs und PNGs gefunden werden. Während JPEG das meisterverwendete Bildformat für Fotografien oder Bilder mit vielen Farben ist, bietet GIF den Vorteil, dass es transparente Bereiche speichern und Animationen wiedergeben kann (siehe z. B. die bekannten GIFs in den Messengern).

Videos

Neben Texten und Fotos können natürlich auch Videos, zum Beispiel von YouTube, in Webangebote eingebunden werden. Auch wenn das Einbetten durch die Funktion „Teilen“ auf YouTube, Vimeo und Co ein Kinderspiel ist, machen datenschutzrechtliche Gründe die tatsächliche Umsetzung weitaus komplizierter. Denn mit der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) wurden zahlreiche neue Gesetze und Regelungen erlassen, um Nutzerdaten zu schützen. Wenn du also vorhast, Videos auf deinem Blog oder deiner Website einzubinden, nimm zuvor Kontakt zu dem / der Datenschutzbeauftragten deiner Schule auf, um dich über die rechtlichen Bedingungen und die generelle Vorgehensweise bei der Schulhomepage zu informieren.

Das Design

Design und Inhalt laufen sehr eng miteinander. Ein schönes Beispiel dafür ist das Auto, denn die Designer möchten alle Inhalte eines Wagens, wie beispielsweise den Motor, die Bremsscheiben oder die Abgasrohre, in eine möglichst schicke und ansprechende Hülle verpacken, um ein Maximum an Interessentinnen und Interessenten anzusprechen. Die Kundinnen und Kunden sollen sich möglichst schnell zurechtfinden, Vertrauen aufbauen und Lust haben, sich länger mit dem neuen Produkt zu beschäftigen (in diesem Fall also zu fahren). Ein Webauftritt hat die gleichen Ziele.

Die Liste an Punkten, die es beim Gestalten von Webauftritten zu berücksichtigen gilt, ist schier unendlich. Im Kapitel „Mediengestaltung“ hast du jedoch bereits einen ersten detaillierten Einblick in wichtige Punkte des Designs erhalten, die du auf das Webdesign anwenden kannst.



Jede Menge Design- und Gestaltungshinweise findest du auch im Internet, beispielsweise in dem Artikel „Die Elemente eines effektiven Website-Layouts“ auf der Seite von 99designs.de (www.99designs.de/blog/design-tipps/effektives-website-layout/).

Technik

Der letzte Punkt auf dem Weg zu einer guten Website ist die Technik. Basiselemente, wie beispielsweise die Einrichtung deiner Website oder deines Blogs, solltest du dabei mit dem / der Verantwortlichen für die Schulhomepage besprechen, denn gemeinsam werdet ihr wahrscheinlich die beste Lösung dafür finden, wie man deinen Webauftritt am sinnvollsten mit der Schulhomepage verbindet. Dennoch gibt es einige Begrifflichkeiten und Bereiche, die du in der Folge näher kennenlernst, um einen vollumfassenden Überblick über den technischen Bereich des Webdesigns zu haben.

Benutzerfreundlichkeit – Usability

Die Benutzerfreundlichkeit deiner Website ist das A und O für ein gelungenes Webdesign, denn nur wenn die Nutzer/-innen dein Angebot einfach bedienen können und sich beim Besuch wohlfühlen, werden sie sich auch näher mit den Inhalten beschäftigen. Auf technischer Seite ist es wichtig, darauf zu achten, dass der Webauftritt „responsiv“ ist. „Responsive Webdesign“ ist eine Voraussetzung für gutes Webdesign und meint, dass sich die Inhalte der Website an die Gegebenheiten des jeweiligen Endgeräts (z. B. Computer,

Tablet oder Smartphone) anpassen. Wird dies umgesetzt, dann sieht die Website etwas anders aus, wenn du sie auf dem Smartphone anschaust (da kleinerer Bildschirm im Hochformat), als wenn sie über den Computer geladen wird. Bei Content-Management-Systemen, wie Wordpress oder Joomla, gibt es zahlreiche Designvorlagen, die diese technische Komponente berücksichtigen. Natürlich hängt es aber auch davon ab, ob dein Webangebot an das der Schule angeschlossen wird und wie diese mit dem Bereich umgegangen ist.

Kommentarfunktion

Eine Kommentarfunktion unterhalb deiner Blogbeiträge zuzulassen, kann eine willkommene Gelegenheit sein, um Feedback auf deine Inhalte zu bekommen. Gleichzeitig stellt es dich aber vor einige Mehrarbeit und wirft weitere rechtliche Fragen auf. Wer aus deinem Team hat Zeit und Lust, die Kommentare zu moderieren? Wer trägt die Verantwortung für die dort geposteten Inhalte und löscht gegebenenfalls Kommentare? Darüber sollte sich euer Team auf jeden Fall im Klaren sein. Außerdem ist es wichtig, die / den Datenschutzbeauftragte/-n deiner Schule zurate zu ziehen, denn wie auch für die Einbindung von Videos auf einem Webangebot enthält die DSGVO auch für Kommentarfunktionen einige neue Gesetze und Regelungen, die es zu berücksichtigen gilt.



Manche Schulen nutzen auch die Sozialen Netzwerke, um in eigener Sache zu berichten. Wenn du ebenfalls Soziale Netzwerke für deinen SMEP-Blog nutzen möchtest, bedenke, dass diese ohne die Zustimmung der Eltern meist erst ab 16 Jahren erlaubt sind. Halte daher Rücksprache mit deiner Schulleitung und deinen Lehrkräften. Wenn deine Schule bereits in den Sozialen Netzwerken vertreten ist, kannst du gegebenenfalls hierüber SMEP-Beiträge veröffentlichen. Veröffentliche nur Beiträge mit der Zustimmung der verantwortlichen Lehrkraft!





Audio

Auf einen Blick

Mit einem Mikrofon, einem Aufnahmegerät oder der Aufnahmefunktion eines Smartphones oder Tablets gibt es viele Möglichkeiten, sehr kreativ und abwechslungsreich zu arbeiten. Du kannst beispielsweise ein Hörspiel entwickeln, ein Interview aufnehmen, einen Podcast gestalten und vieles mehr. In diesem Modul lernst du einige dieser Formen kennen, ebenso erfährst du mehr über die Technik und erhältst Tipps für die Realisierung von perfekten Aufnahmebedingungen.

Inhalt

Audiotechnik und -anwendungen in der Praxis	91
Atem- und Sprechübungen	93
Hörspiel	95
Interview	97
(Schul-)Radiosendung	99



Audiotechnik und -anwendungen in der Praxis

Digitale Aufnahmetechnik

Die Audiotbearbeitung ist wichtig für die Musik-, Radio- und Hörspielproduktion, für Podcasts, Features, Nachrichtenbeiträge und vieles mehr. Für die Aufnahme stehen dabei unterschiedliche Möglichkeiten digitaler Technik bereit. Die wichtigsten Aufnahmeverfahren sind:

- Aufnahmegerät
- direkte Aufnahme an einem Computer oder Tablet mit integriertem Mikrofon
- direkte Aufnahme an einem Computer oder Tablet mit angeschlossenem Mikrofon
- sonstige Aufnahmegeräte wie Smartphones



Mehr Informationen rund um Aufnahmegeräte findest du z. B. auch auf der Internetseite www.ohrenspitzer.de.

Im Folgenden erfährst du noch etwas genauer, was man mit den einzelnen Aufnahmemöglichkeiten alles machen kann:

Aufnahmegerät

Die am meisten verwendeten Audioaufnahmegeräte sind mobile mp3-Rekorder. Diese können in der Regel wav-Dateiformate sowie mp3-Formate aufnehmen. Zum Bearbeiten der Audiodateien werden sie via USB auf den Rechner übertragen.

Direktaufnahme am Computer

Verfügt der Laptop, das Tablet oder der Desktop-PC über die nötigen Eingänge (Audio-IN/OUT, Mikrofon-IN), eine Soundkarte und die richtige Software (z. B. das kostenfreie Audioschnittprogramm Audacity), können Audioaufnahmen auch direkt über den PC laufen. Ebenfalls hilfreich ist die Nutzung eines XLR-zu-USB-Kabels, das den direkten Anschluss eines Mikrofons an den Computer und damit die direkte Aufnahme mit der dort installierten Audiosoftware ermöglicht. Das XLR-zu-USB-Kabel besitzt am einen Ende die weibliche Verbindungsform (drei Vertiefungen) eines XLR-Kabels, während das andere Ende mit einem USB-Stecker ausgestattet ist. Großer Vorteil: Je nach Wahl des externen Mikrofons ist eine sehr gute Tonqualität garantiert! Bei Tablets und Smartphones wiederum wird anstatt eines XLR-zu-USB-Kabels ein Adapter mit Mini-Klinke benötigt, um ein externes Mikrofon anschließen zu können.

Sonstige Aufnahmegeräte (z. B. Smartphones)

Weitere Aufnahmegeräte wie Smartphones funktionieren ähnlich und haben eingebaute Mikrofone mit bestimmten Charakteristika. Bei Smartphones ist in der Regel ein Aufnahmeprogramm bzw. ein Rekorder bei den Standardtools enthalten. Die Qualität der Aufnahmen ist dabei (je nach Marke des Smartphones) erstaunlich gut. Dennoch ist zu empfehlen, für die Audioarbeit die anderen Geräte zu bevorzugen, um eine möglichst hohe Qualität zu erzielen.



Tipps für den Umgang mit dem Mikrofon und die Bearbeitung von Aufnahmen

- Achte unbedingt darauf, dass das Mikrofon über einen sogenannten Popp-Schutz verfügt. Das ist eine Ummantelung vorne am Mikrofon aus (Kunst-)Stoff, um Zisch- oder Popp-Laute (p, t, k, sch), Windgeräusche etc. abzumildern.
- Gehe mit dem Mikrofon immer so nah wie möglich an die Klangquelle heran.
- Bei Sprachaufnahmen (Interview) gilt: Eine Faustbreite Abstand vom Mund des / der Sprechenden halten.
- Gib niemals das Mikrofon aus der Hand, denn manche Interviewpartner/-innen haben den Drang es in ihren eigenen Händen zu halten, was die Aufnahmequalität oftmals mindert.
- Falls du bei deiner Aufnahmetechnik zwischen Mono- und Stereoaufnahme wählen kannst, bevorzuge stets die Stereoaufnahme, um die Qualität beim Abspielen zu verbessern.
- Für erste Audioaufnahmen ist dein Smartphone völlig ausreichend. Es ermöglicht dir einen einfachen und schrittweisen Einstieg in die Audioarbeit.
- Möchtest du nach Fertigstellung der Aufnahmen deine Audiodateien bearbeiten, plane ausreichend Zeit ein, um dich in das kostenfreie Programm Audacity (www.audacityteam.org) einzuarbeiten. Probiere in Ruhe alle Funktionen aus. So kannst du nach ein paar Übungen bereits mit der Bearbeitung deiner Aufnahmen loslegen. Passende Video-Tutorials und Anleitungen findest du auf www.ohrenspitzer.de und auf YouTube.

Audioformate

Wenn du die Audiotbearbeitung abgeschlossen hast, musst du entscheiden, in welchem Format du die Audiodatei speichern und abspielen willst. Die gängigsten Formate sind .mp3 (komprimiertes Audioformat) und .wav (unkomprimiertes Audioformat). Apple wiederum bietet ein eigenes Audioformat an. Beim Abspeichern der fertigen Audiodatei lohnt es sich, eine zusätzliche Kopie der Datei zu speichern, die du auch noch weiterbearbeiten kannst (Arbeitsdatei). Denn es kann immer einmal vorkommen, dass man später noch unerwartete Änderungen an einer Datei vorzunehmen hat.

Aussteuerung

Bei Aufnahmen muss darauf geachtet werden, dass Töne nicht übersteuert werden und beim Mischen zusammenpassen. Einpegeln ist ein Verfahren, um die Signale auf ein gemeinsames elektronisches Niveau zu setzen. Als Maßstab dient die Dezibel-Skala. Sie hat eine Unterteilung von -60 bis +10 dB (Dezibel). 0 dB bedeutet in dem elektrischen System eine Spannung von 0,775 Volt. Sprachaufnahmen sollten immer bis 0 dB eingepegelt werden. Der Ausschlag des Pegels darf sich zwischen -5 dB und 0 dB bewegen. Die elektronischen Schaltungen sind so beschaffen, dass sie im Bereich von 0 dB optimal arbeiten. Hier gibt es die geringsten Verzerrungen und den größten „Rauschabstand“ zum Grundrauschen der Elektronik. Bei Musik reicht ein Pegel von -10 dB.

Lizenzfreie Musik und Geräuschemediatheken im Internet

Im Internet gibt es mittlerweile eine große Auswahl an Musikdateien, die unter Creative-Commons-Lizenzen erhältlich sind und daher für deine Audioproduktionen verwendet werden können. Achte jedoch immer darauf, welche Informationen in Verbindung mit der gewählten Audiodatei angegeben werden müssen.

Hier findest du eine Übersicht mit Internetseiten, die lizenzfreie Musik und Geräusche zum kostenlosen Download anbieten. Achte dabei stets auf die dort angegebenen Nutzungsrechte und Bedingungen!

Lizenzfreie Musik	Geräuschemediatheken
www.freemusicarchive.org	www.audiyou.de
www.ccmixer.org	www.hoerspielbox.de
www.jamendo.com	www.geraeuschesammler.de
www.filmmusic.io	

Atem- und Sprechübungen

One, two, three ...

Nimm Zeige- und Mittelfinger einer Hand zwischen die Zähne (alternativ kann es auch ein Sektkorken sein) und zähle langsam und deutlich von 1 bis 15 auf Englisch. Wiederhole diese Übung vor jeder Audioaufnahme. du wirst merken, dass der Mund beim Sprechen auf einmal viel weiter aufgeht als zuvor.

Recken und strecken

Nimm dir fünf Minuten Zeit und mache einige Dehnübungen. Strecke dich und deine Arme weit in die Höhe, gähne und ächze laut und schüttele deinen Körper aus. Kreise deine Schultern, anschließend vorsichtig den Kopf und genieße die dich umgebende Stille. Klopfe zum Schluss deinen Körper vorsichtig aus: Beginne mit deinen Armen, mache weiter mit Oberkörper, der Hüfte und abschließend mit den Beinen. Atme dabei tief ein und aus.

Mmmmmmmm

Forme mit dem Mund ein „Mmmmmmmm“ und summe es leise vor dich hin. Variiere dabei in der Stimmhöhe, ebenso wie in der Lautstärke. Lege deine Hand auf den Bauch. Kannst du die Vibrationen fühlen?

Berta, die Kuh

Berta, die Kuh, steht jeden Tag auf ihrer Weide voller Gras und kaut und kaut und kaut. Sie genießt das Kauen so sehr, dass sie gar nicht genug davon bekommen kann. Diese Kauübung ist eine hilfreiche Methode, um deinen Kiefer zu lockern, also nichts wie los! Sei du einmal Berta, die Kuh, und stelle dir vor, wie du das wunderbar saftige und grüne Gras zwischen deinen Kiefern kausst. Dabei machst du langsame, runde Bewegungen und streckst den Kiefer in ruhiger Art und Weise.

Checkliste für eine gelungene Aufnahme

Eine schlechte Aufnahme ist durch noch so gute Nachbearbeitung nicht wirklich zu retten. Deshalb lohnt es sich, eine Aufnahme gründlich vorzubereiten.

- Ich habe das Mikrofon mit der passenden Charakteristik für meine Aufnahme ausgewählt.**
- Mein Mikrofon erfüllt die Voraussetzungen für eine gelungene Aufnahme** (z. B. PegelEinstellung, ausreichend Speicherplatz, Anbringen eines Popp-Schutzes, um Zisch-Laute und Windgeräusche abzumildern).
- Ich habe mich mit der Technik vertraut gemacht.**
- Ich habe eine Probeaufnahme gemacht.** Hierfür wird die Aufnahme gestartet, der Pegel eingestellt und der Abstand vom Mikro zum / zur Interview-Partner/-in ausprobiert.
- Ich halte das Mikrofonkabel (falls vorhanden) bei der Aufnahme in der sogenannten „Reporter-Schleufe“.** Dafür wird das Kabel zwischen Mikrofon und Aufnahmegeräte einmal um die Hand geschlungen. Diese verhindert nicht nur, dass das Kabel bricht, sondern auch weitere Störgeräusche, die durch die Bewegung des Kabels verursacht werden könnten.
- Ich habe Ersatzbatterien und eine zweite Speicherkarte für das Mikrofon und das Aufnahmegerät eingepackt.** Nichts ist ärgerlicher, als wenn die Aufnahme misslingt, weil Zubehör fehlte.
- Ich habe alle Stör- und Nebengeräusche entfernt / ausgestellt.** Wird z. B. im Hintergrund gehämmert oder laut Musik gehört, sind die Aufnahmen später nicht zu gebrauchen.
- Ich habe mir einen Raum gesucht, der eine gute Klangqualität bietet.** Machst du z. B. Aufnahmen in einem Klassenzimmer oder einem großen Raum, wähle möglichst einen Raum mit Vorhängen und Teppich. Beides sorgt für bessere Akustik als ein Linoleumboden und kahle Wände. Ebenfalls kann mit wenigen Handgriffen ein richtiges Tonstudio für ein tolles Klangerlebnis gebaut werden: Einen Tisch mit Woldecken abhängen und darunter aufnehmen.
- Ich achte im Falle der Nutzung eines Ansteck-Mikrofons mit Nierencharakteristik darauf, es etwa 20–50 cm schräg unterhalb des Sprecherkopfes zu platzieren.** In diesem Fall wird vor allem der / die Befragte aufgenommen, die Stimme des Interviewers oder der Interviewerin ist kaum zu hören. Sollen beide gleich stark aufgenommen werden, dann empfiehlt es sich, dass beide Personen mit dem Mikrofon ein gleichschenkliges Dreieck bilden.
- Ich habe verschiedene Atem- und Sprechübungen gemacht, um ruhiger zu werden und bei den Aufnahmen deutlicher zu sprechen.**



Mehr Informationen für eine gelungene Audioaufnahme findest du auf www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/medienwissen/audio/.

Hörspiel

Audioarbeit besteht nicht nur aus der Aufnahme von Interviews oder Nachrichtenbeiträgen, sondern du kannst auch richtige Hörspiele produzieren. An Technik benötigst du: ein Aufnahmegerät oder ein Mikrofon und einen Computer mit einem Audioschnittprogramm (z. B. Audacity) für die Nachbearbeitung. Außerdem ist eine ruhige Geräuschatmosphäre wichtig!

Auswahl des Drehbuchs

Entweder du erfindest selbst eine Geschichte und schreibst daraus ein Drehbuch oder du verwendest ein bestehendes Drehbuch. Aus einer Textvorlage ein Drehbuch zu erstellen, erfordert etwas Übung. Wähle daher einfache, kurze Handlungen aus und wechsele im Hörspiel nicht zu oft Zeit und Raum. Frage dich Folgendes:

- Ist die Story spannend? Hat die Geschichte einen Spannungsbogen?
- Lässt sich die Geschichte gut als Hörspiel umsetzen? (Ist die Handlung nicht zu komplex? Gibt es viele Ortswechsel und Rollen, die das Verstehen der Handlung erschweren?)
- Sind authentische Orte in der Nähe, die eine natürliche Geräuschkulisse unterstützen können?
- Können verschiedene Geräusche mit Geräuschemachern imitiert werden?

Aufgaben verteilen

Für das Hörspiel brauchst du verschiedene „Expertinnen“, „Experten“ oder „Expertengruppen“:

Der / die Regisseur/-in + die Regieassistenz

Die Regiearbeit besteht darin, den Sprechern den Text so zu erklären, dass daraus eine lebendige Geschichte wird. Außerdem muss der / die Regisseur/-in sich überlegen, wie man vorhandene Regieanweisungen (z. B. „Herr Müller ist hektisch“) umsetzt. Alle Zulieferarbeiten, wie die Zeitplanung, die Beschaffung von Geräuschen, O-Tönen, Musik und Requisiten für die Spielhandlung (z. B. Geräusche eines Telefons, einer alten Schreibmaschine) erledigt die Regieassistenz. Sie ist sozusagen die rechte Hand des Regisseurs oder der Regisseurin. Die Regieassistenz schreibt Regieanweisungen mit, die den späteren Schnitt betreffen, und sorgt ganz allgemein für einen reibungslosen Ablauf der Produktion.

Die Sprecher/-innen

Die verschiedenen Rollen müssen auf Sprecherinnen und Sprecher verteilt werden. Diese sollten den Text gut kennen und Sprechübungen machen, damit sie ihn nicht ablesen, sondern „spielen“ können.

Der / die Tontechniker/-in

Der / die Tontechniker/-in ist für die Überwachung der Aufnahme- und Zuspielgeräte verantwortlich. Ist die Aufnahme fertig, schneidet er / sie nach den Anweisungen des Regisseurs oder der Regisseurin in Zusammenarbeit mit der Regieassistenz die einzelnen Tonspuren zu einem Hörspiel zusammen.

**Achtung Aufnahme!**

Um Nebengeräusche zu vermeiden, ist es am besten, wenn alle Sprechenden ihre Rolle einzeln in das Mikrofon einsprechen.

Der gute Ton bei Hörspielaufnahmen

Die Geräusche

Geräusche unterstützen die Stimmung und vereinfachen das Mitverfolgen der Handlung. Die Kunst ist es dabei, die Geräusche in den richtigen Momenten zu setzen, um ein (Hör-)Bild im Kopf der Hörenden entstehen zu lassen.

Die Musik

Musik hilft z. B. Handlungsübergänge zu markieren (Orte werden gewechselt, ein zeitlicher Sprung findet statt etc.). Auch am Anfang bzw. Ende eines Abschnitts oder des gesamten Hörspiels kann Musik eingesetzt werden, um einen weichen Übergang zu schaffen.

Die Sprache

Achte auf eine deutliche (Aus-)Sprache. Es sollte entsprechend wenig Dialekt gesprochen (außer die Rolle will es so!), nicht genuschelt und in einer angemessenen Lautstärke geredet werden.

Die Stimme

Die Sprecher/-innen sollten zur Figur passen. Zu Anfang können Leseproben aufgenommen und die Rollen erst danach verteilt werden, denn die Stimme muss den Charakter der Figur aus dem Text authentisch überbringen. Wichtig: Auch Stimmungen (Ärger, Freude, Hektik) müssen über die Stimme ausgedrückt werden.

Die Atmosphäre

Der Raumklang ist ein wichtiger Teil, der zur Atmosphäre des Hörspiels beiträgt. Hier ein paar Beispiele, wie man Atmosphäre schaffen kann:

- Nachhall der Stimme: Größe und Funktion des Raumes bzw. Ortes der Handlung können nachgestellt werden (z. B. viel Hall in einer Kirche, Sporthalle etc.).
- Gespräche draußen haben keinen Nachhall, dafür gibt es natürliche Hintergrundgeräusche (wie Stadt, Wald, Park ...).
- Bewohnte Räume haben einen kurzen dumpfen Raumklang, weil in ihnen Möbel, Teppiche oder Vorhänge den Schall auffangen bzw. dämpfen.
- Stimmen ohne Nachhall werden als innere Stimme oder teilweise auch als Erzählerstimme wahrgenommen.

Interview

Bei einem Interview geht es unter anderem darum, einen bestimmten Sachverhalt oder auch eine Meinung in Erfahrung zu bringen. Dies geschieht im Rahmen einer Befragung. Auch wenn hierbei die Fragen oft sehr simpel klingen, bedarf es doch einiger Vorbereitung, um tatsächlich mehr zu dem Sachverhalt zu erfahren, den man untersucht. Bevor du ein Interview führst und aufnimmst, solltest du daher ein paar Punkte beachten und dir folgende Fragen stellen:

- Warum führe ich dieses Interview? Was sollen die Hörer/-innen davon haben?
- Kann der / die mögliche Interviewpartner/-in zum Thema wirklich etwas Gutes sagen, ist er ein Experte bzw. sie eine Expertin?
- Weiß ich genug über das Thema oder über die Person, um gute und interessante Fragen stellen zu können? Wo könnte ich nötige Informationen oder eine fehlende Information herbekommen?

Das solltest du beim Interview beachten:

- Stimmt die Gesprächsatmosphäre?
- Hauptperson beim Interview ist der / die Befragte. Das Interview dient nicht der Selbstdarstellung des Interviewers oder der Interviewerin. Man sollte den / die Interviewpartner/-in ernst nehmen, d.h. zuhören und bei einem interessanten Punkt nachhaken.
- Das Interview besteht aus mindestens drei Fragen.
- Immer nur eine Frage stellen, nie mehrere gleichzeitig.
- Offene Fragen („Warum ...?“, „Wie ...?“, „Was ...?“) sind besser als geschlossene Fragen (Fragen, die sich nur mit „ja“ oder „nein“ beantworten lassen).
- Keine Angst vor Pausen haben, denn der / die Interviewpartner/-in braucht Zeit zum Nachdenken. Übrigens sollte man sich vorab auch auf eine Anrede („du“ oder „Sie“) einigen.
- Das Ende des Interviews beschließt der / die Interviewer/-in mit dem Namen des / der Interviewten: „Vielen Dank Herr .../ Frau ... für das spannende und aufschlussreiche Interview ...“



Zahlreiche praktische Methoden zur Erstellung von Interviews und Umfragen findest du in der Broschüre „Leitfaden Audio- und Radioarbeit im Unterricht“ unter <https://www.kindermedienland-bw.de/de/startseite/service/publikationen/publikation/did/leitfaden-audio-und-radioarbeit-im-unterricht>).

Interviewtypen

Das Meinungsinterview

Der / die Befragte äußert seine / ihre persönliche Meinung zu einem bestimmten Thema, in das zu Anfang kurz eingeführt wird. Hier werden wenige Fragen gestellt. Aufgabe des Interviewers bzw. der Interviewerin ist es, die / den Interviewte/-n am Reden zu halten und auf das Thema zurückzuführen.

Das Interview zur Sache

Der / die Befragte wird zu einem Themenkomplex befragt und erhält verschiedene offene Fragen, die mit diesem Thema zusammenhängen. Diese Fragen werden auch W-Fragen genannt (Wer, Wann, Wo, Warum, Wie, Was, Welche Folgen?).

Das Interview zur Person

Der / die Befragte wird über die eigene Person befragt.



Bild: iStock/Antonio_Diaz



Bild: iStock/Tirachard

(Schul-)Radiosendung

Eine Radiosendung zu erstellen, macht jede Menge Spaß, ist aber natürlich auch mit etwas Arbeit verbunden. Um dich mit der Radioarbeit vertraut zu machen, erhältst du in der Folge wichtige Grundlagen rund um die Erstellung eines Radiobeitrags, das Einbinden von Musik und die Vorbereitungen deiner eigenen Sendung.

Schreiben fürs Hören

Anders als beim Hörspiel, in dem eine Geschichte erzählt wird, werden die Hörerinnen und Hörer einer Radiosendung direkt angesprochen. Entsprechend solltest du deine Texte nicht wie in einem Deutsch-Aufsatz formulieren, sondern die Beiträge so schreiben, als würdest du mit einem Freund oder einer Freundin sprechen.

Beispiel:

So nicht:

„Weitere Informationen zu den Veranstaltungen in der Woche vom 04.04.2022 bis 11.04.2022 können in der Folge gefunden werden.“

Sondern:

„Ihr habt keine Idee, was ihr unternehmen könnt? Dann hört jetzt genau hin, denn hier kommen die Veranstaltungstipps für die kommende Woche!“

Weitere Tipps, um zielgruppengerecht zu sprechen:

- Nutze kurze und einfache Sätze und vermeide lange Nebensätze!
- Wiederhole wichtige Informationen, wie beispielsweise Termine oder Telefonnummern.
- Nutze eine bildliche Sprache und vermeide Zahlen, Daten und Fachbegriffe (z. B. „Das Maisfeld ist etwa so groß wie zwei Fußballfelder“ anstatt „Das Maisfeld hat eine Größe von 220 Metern × 160 Metern“).
- Vermeide komplizierte Satzkonstellationen à la „Fischers Fritz fischt frische Fische...“
- Plane deine Texte so, dass wichtige Aspekte zu Beginn deines Beitrags stehen, um das Interesse der Hörerinnen und Hörer von Anfang an zu erhalten.



Achtung!

Du hast als Radiomacher/-in eine große Verantwortung, da die Zuhörer und Zuhörerinnen dir Vertrauen entgegenbringen. Sie glauben daran, dass das, was du erzählst, der Wahrheit entspricht. Wichtig ist daher, dass du die Geschichten nicht mit eigenen Details ausschmückst oder Geschehnisse inhaltlich änderst. Auch solltest du darauf achten, nicht einseitig zu berichten, indem du nur eine bzw. nur deine persönliche Meinung darstellst. Zeige immer mehrere Positionen auf und gib den Hörerinnen und Hörern auf diese Weise ein vollumfassendes Bild einer Situation. Details hierzu findest du übrigens im Kapitel „Fake News“.

Das Einbinden von Musik

Musik spielt im Alltag eine ziemlich große Rolle. Ob im Radio, auf YouTube, über Spotify oder in Geschäften – überall begegnen uns Melodien, die unsere Stimmung auf positive Weise beeinflussen. Auch in deiner Radiosendung sollte Musik daher nicht fehlen. Sie schafft in der Regel nicht nur gute Laune, sondern sorgt außerdem für Abwechslung zwischen den gesprochenen Teilen deines Beitrags, wie Berichten, Umfragen oder Interviews. Doch auf welche Weise kann Musik in einer Radiosendung eingebunden werden? Hier lernst du ein paar unterschiedliche Möglichkeiten kennen:

Musik zur Schaffung einer Hintergrundatmosphäre

Wenn du einen bestimmten Beitrag etwas aufpeppen möchtest, kannst du in den Hintergrund deiner Tonspur Musik legen. Achte darauf, dass es sich dabei um instrumentale Musik handelt, um den Fokus auf dem Inhalt des Beitrags zu belassen. Ebenfalls relevant ist die Lautstärke: Die Lautstärke der Musik sollte beim Anhören des Beitrags nicht als störend oder ablenkend empfunden werden. Am Anfang und Ende deines Textes wird das hinterlegte Lied jeweils lauter abgespielt, um einen Übergang zu einem anderen Musikstück oder Textbeitrag zu gewährleisten.

Sondersendung zu einem Musikthema

Hast du ein bestimmtes musikalisches Thema gewählt, z. B. „Hip-Hop-Beats in Deutschland“, sollte deine Sendung auch aus Liedern bestehen, die konkret mit dem Thema zu tun haben. Es wäre für die Hörerinnen und Hörer sicherlich sonderbar, wenn auf einmal ein klassisches Stück oder ein Schlager zu hören wäre.

Wunschk Musik von Hörerinnen und Hörern

Viele Radiosender bieten zu bestimmten Uhrzeiten die Möglichkeit an, Musikwünsche zu äußern, die dann abgespielt werden. Für dich wird es aus rechtlichen Gründen wohl schwierig sein, ein ebensolches Format anzubieten, denn in der Regel sind die bekannten kommerziellen Lieder durch die Organisationen GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte) bzw. durch die GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten) geschützt. Um Lieder öffentlich abspielen zu dürfen, die wir aus den Charts etc. kennen, müssen zuerst die Liedrechte erworben werden, was in der Regel mit hohen Kosten verbunden ist. Du kannst aber für deine Musikauswahl auf lizenzfreie Musik zurückgreifen.

Passende Musik zu einem bestimmten Thema finden

Hast du ein bestimmtes Thema für eine Radiosendung gewählt, beispielsweise „Weltfrauentag“, kannst du deine Musikauswahl entsprechend anpassen. Beispielsweise könntest du nur Lieder wählen, die von Frauen gesungen werden, oder zum Beispiel Musik finden, die inhaltlich auf die Frauenrechte eingehen.

Die Anmoderation

Natürlich ist es an vielen Stellen möglich, nach einem Beitrag direkt ein Lied einzuspielen und danach ein oder zwei weitere folgen zu lassen. Manchmal wird jedoch ein gesprochener Übergang benötigt, die sogenannte Anmoderation. In wenigen Sätzen beschreibst du dabei, welches Lied gleich zu hören sein wird, und gibst einige zusätzliche Informationen. Beispielsweise kannst du den Grund nennen, warum dieses Lied gespielt wird, oder einige Informationen zu der Band geben. Ein Beispiel für eine Anmoderation wäre: „Ist euch heute auch so kalt? Mir klappern wirklich die Zähne, wenn ich auch nur einen Fuß nach draußen setze oder auch nur daran denke! Um uns ein bisschen auf warme Gedanken zu bringen, hört ihr jetzt das Lied von ... Viel Spaß!“

Planung einer Radiosendung

Eine Radiosendung besteht aus mehreren Bestandteilen, die es zu erarbeiten gilt. Darunter sind beispielsweise die einzelnen Textbeiträge (Interviews, Umfragen, Berichte ...), Musik und Moderationen. All dies geschieht zu einem bestimmten Thema, das gleich zu Beginn von dir und deiner Radiogruppe gewählt wird. Auch die Bestimmung einer zeitlichen Länge der Radiosendung ist von großer Relevanz. Doch wie geht es dann weiter?

Aufgaben verteilen

Besprich die einzelnen Aufgaben mit deiner Radiogruppe und verteile sie schließlich im Team. Bestimme eine oder zwei Personen für die An- und Abmoderationen, ebenfalls eine oder zwei für die Musikauswahl und eine Person für die technische Vorbereitung. Die einzelnen Textbeiträge (Umfrage, Interview etc.) wurden entweder im Vorfeld aufgenommen und liegen bereits als fertige Audiodatei vor oder sie werden nun gemeinsam von der Gruppe erarbeitet und produziert.

Erstellen eines Sendeplans

Damit du und deine Radiogruppe euch die zu planende Sendung besser vorstellen könnt, lohnt es sich, eine Sendeuhr in Form eines Zifferblattes zu zeichnen. Diese zeigt wie bei einer Uhr die ungefähre Dauer der geplanten Inhalte an. Die einzelnen Beiträge, Musik- und Moderationsteile werden dort mithilfe von eingezeichneten Tortenstücken angezeigt. Geht man dabei von einer Stunde Sendezeit aus, würden die einzelnen Tortenstücke entsprechend die ganze Sendeuhr füllen, denn mit ihr kann jeweils eine Stunde Sendung bildlich dargestellt werden.



Mehr Informationen rund um die Radioarbeit findest du auch auf der Internetseite des LMZ unter <https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/medienwissen/audio/aktive-audioarbeit/>.

Moderationen schreiben

Stehen die einzelnen Beiträge, geht es darum die verschiedenen Moderationen zu schreiben. Zu Beginn werden die Zuhörerinnen und Zuhörer mit einer Anmoderation begrüßt. Dabei erfahren sie, was in der heutigen Sendung passieren soll und wer die Radiosendung umgesetzt hat. Zwischen den einzelnen Beiträgen und Liedern werden ebenfalls (Zwischen-)Moderationen benötigt, die den Folgebeitrag anteasern oder nachträglich beschreiben („Hier ist wieder euer Finn vom XY-Schulradio. Das war der Song ... von ... der unter anderem dadurch berühmt geworden ist, dass ... Nun hört ihr einen Beitrag über ein ähnliches Thema, nämlich ...! Also, nicht abschalten, denn es lohnt sich!“). Für den Abschluss der Radiosendung sollte außerdem eine Verabschiedung vorbereitet werden. Dort erfahren die Hörerinnen und Hörer noch einmal, wer mitgewirkt hat, und bekommen möglicherweise bereits einen Hinweis, worum es in der nächsten Sendung gehen wird.



Tipp!

Es lohnt sich, vor der Erstellung einer ersten eigenen Sendung ein bisschen durch die verschiedenen Radiosender zu switchen und sich deren Programme eine Weile anzuhören. Schnell wirst du deren Aufbau und inhaltliche Abläufe verstehen und kannst dich auf diese Weise konkreter und einfacher an die Entwicklung einer eigenen Sendung heranarbeiten!

Technik prüfen

Die Aufgabe rund um die Technik läuft in ähnlicher Form ab wie z. B. bei der Erstellung eines Interviews. Nutze entsprechend die Informationen aus dem Artikel, den du im mentoren-net findest. Bediene dich außerdem der Checkliste für eine gelungene Audioaufnahme, die du im Reader finden kannst.

Sendung veröffentlichen

Ist die erste Radiosendung fertig, soll sie natürlich von anderen Schülerinnen und Schülern gehört werden können. Oftmals werden die Sendungen direkt über die Lautsprecher der Schule (z. B. in Pausen) abgespielt. Es gibt aber auch sogenannte freie Radios in Baden-Württemberg, in denen du ebenfalls Sendezeit bekommen und deine Beiträge, Informationen und Recherchen publik machen kannst.

Vorbereitung einer Radiosendung

Jedes Schulradio benötigt einen Namen, einen Jingle (Erkennungsmerkmal eines Radiosenders, das in der Regel aus einer kurzen Melodie oder Tonfolge besteht) und einen Claim (Werbegespräch für den Radiosender – z. B. „Mehr Hits. Mehr Kicks. Einfach SWR3“). Erarbeite diese drei Punkte in deiner Radiogruppe.

Name der Radiogruppe:

Jingle (Ideen):

Claim:

Welches Thema habt ihr für die Radiosendung gewählt?

.....

Überlege dir eine Begrüßungsmoderation (Wer spricht in der heutigen Sendung? Worum geht es? Was erwartet die Zuhörerinnen und Zuhörer?).

.....

.....

Plane die einzelnen Textbeiträge, die deine Sendung füllen sollen (Umfragen, Interviews, Hörspiel, ...).

.....

.....

.....

Schreibe zwei bis drei Zwischenmoderationen für ausgewählte Lieder (Hintergrundinformationen zum Lied bzw. warum wurde gerade dieses Lied gespielt?).

.....

.....

.....

Sammele hier die Links zu den einzelnen (lizenzfreien) Musikbeiträgen, die deine Radiosendung füllen sollen.

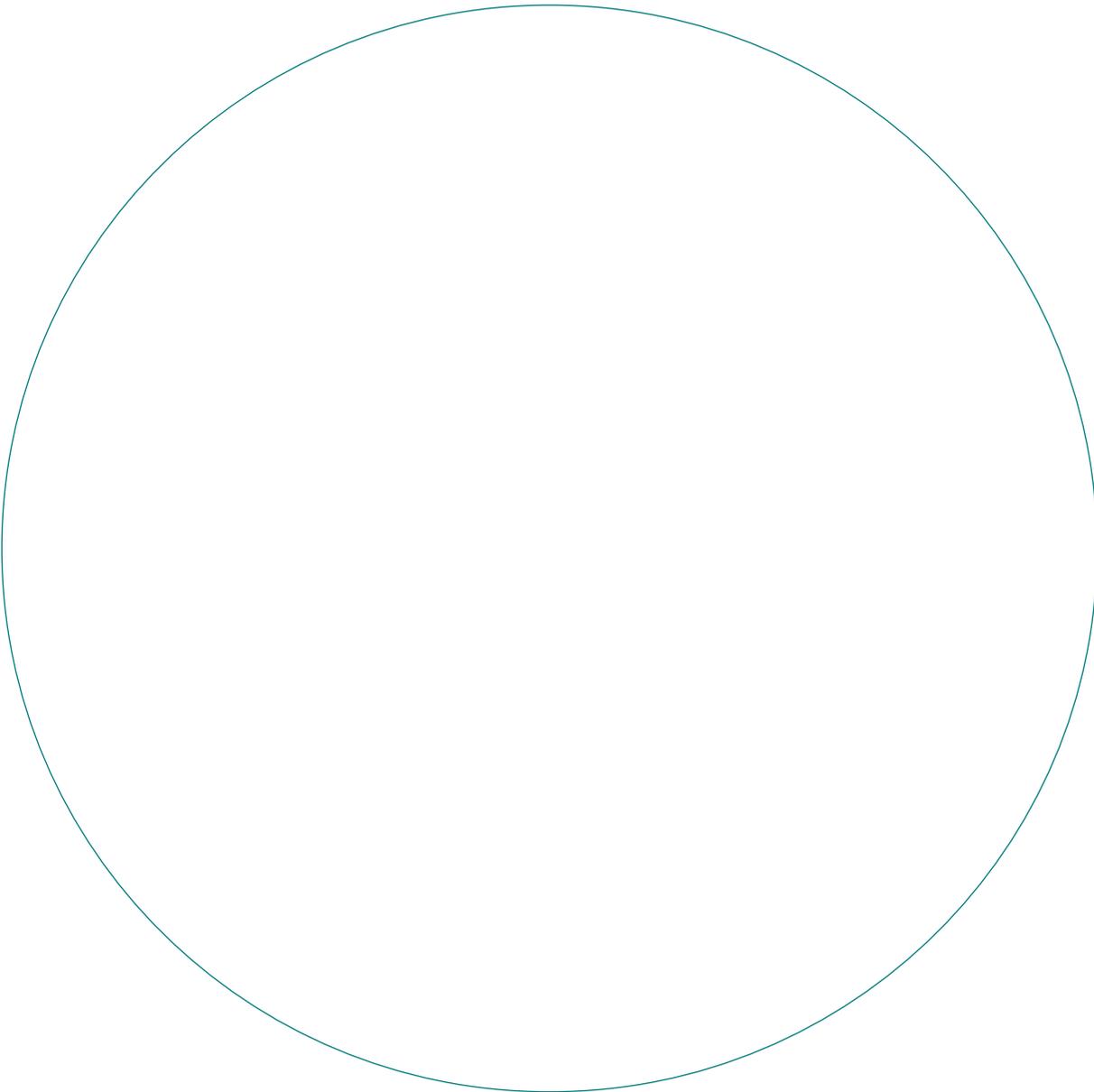
.....

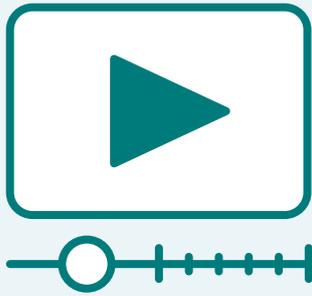
.....

.....

Entwickle eine Verabschiedung für das Ende der Sendung (Kurze Zusammenfassung, für das Zuhören bedanken, Radiogruppe vorstellen, möglicher Ausblick auf nächste Sendung).

Hier kannst du deine eigene Sendeuhr befüllen:





Video

Auf einen Blick

Auch ein kurzer Film ist ein Projekt, das gut geplant sein will. Filme benötigen, mehr als alle anderen Medien, eine detaillierte Planung. Diese beginnt bei der Auswahl der Geschichte und der Erstellung von Drehbüchern und Storyboards. Aber auch organisatorisch gibt es einiges zu bedenken: Drehgenehmigungen müssen eingeholt werden, ebenso wie die Einverständniserklärungen der Beteiligten und der Verantwortlichen für bestimmte Drehorte, Technik muss organisiert werden und einiges mehr. Im SMEP-Kurs werden verschiedene Formen von Videos behandelt, z. B. Interviews, Imagefilme und Trickfilme.

Inhalt

Konzeption	107
Die Grundlagen der Filmsprache	111
Die häufigsten Fehler beim Filmen	116
Filmschnitt	117
Die Ausgabe der fertigen Filmdateien (Encoding)	118
Ein eigenes YouTube-Video erstellen	119
Kurzfilm-Formen	120
Filme genauer betrachten	122



Konzeption

Der Dreh eines Filmes erfordert eine genaue Planung. Ein Dreh ist sehr aufwendig und wenn im Nachhinein festgestellt wird, dass bestimmte Szenen fehlen oder Kleinigkeiten geändert werden müssten, erzeugt das in den meisten Fällen noch mehr Aufwand oder ist gar nicht mehr umsetzbar.

Mache dir daher schon weit im Voraus Gedanken, was du für den Dreh brauchst, wie der fertige Film aussehen und welche Aussage der Film haben soll.

Welche Art von Film soll es werden?

Eine Dokumentation, ein Imagefilm, ein Sachfilm, ein Animationsfilm, ein Erklärvideo oder ein Kurzspielfilm?

Worum geht es in dem Film? Was ist die Aussage?

Die gesamte Filmgruppe sollte sich in der Konzeptionsphase auf einen gemeinsamen Satz einigen, nach dem Muster „Wir wollen einen Film machen, in dem es um ... geht“. Anschließend sollte diskutiert werden, was seine Aussage ist: Soll der Film etwas loben oder kritisch sein, neutral oder wertend, soll er zum Nachdenken animieren oder ein gutes Gefühl hervorrufen?

Wer redet mit, wenn es um die Endfassung geht?

Wenn es ein Film „im Auftrag“ der Schule ist, will vielleicht die Schulleitung mitreden. Bei einer Film-AG hat der / die AG-Leiter/-in ein Wörtchen mitzureden. Oder kann der „Final Cut“ alleine von der Filmgruppe gemacht werden? Es lohnt sich, frühzeitig darüber nachzudenken und Abstimmungszeiten einzuplanen, damit es nicht zu Missstimmungen kommt.

Ein Drehbuch ist harte Arbeit

Ein Film braucht ein Drehbuch. Die Filmgruppe sollte sich vorher Gedanken machen, welche Bilder gebraucht werden, mit wem geredet werden soll und wie der Sprechertext lauten soll. Egal, ob Doku, Imagefilm oder Spielfilm – in der Konzeptionsphase sollte genug Zeit eingeplant werden, um das Drehbuch immer wieder umschreiben zu können. Faustregel dazu: 50 Prozent der gesamten Zeit für Drehbuchentwicklung, 50 Prozent für Dreh und Postproduktion.

Die Form des Drehbuchs

Ein Drehbuch für einen Dokumentarfilm, einen Sach- oder Imagefilm ist relativ einfach aufgebaut: links steht, was man im Bild sieht, rechts, was man hört (also was die interviewten Personen sagen, der Off-Text oder die Geräusche bzw. die Musik, die man hört). Wenn jemand gut zeichnen kann, dann kann die linke Spalte auch gezeichnet werden – man hat dann ein Storyboard. Spielfilmdrehbücher sehen allerdings anders aus – hierzu gibt es im Internet Vorlagen.

Recherche

In der Konzeptionsphase wird nicht nur ein Drehbuch geschrieben, sondern auch recherchiert. Welche Fakten gibt es zu dem Thema deiner Filmgruppe? Wer kann etwas dazu sagen? Wann hat ein/-e Gesprächspartner/-in Zeit? Auch wenn man einen Kurzspielfilm dreht, kann man recherchieren: Fakten, Berufe, Locations usw.



Tipps und Hinweise rund um die Drehbucherstellung findest du in der Broschüre „Ein Drehbuch schreiben. Ein Leitfaden für junge Filmemacher/-innen und ebenso für Lehrerinnen und Lehrer“ von der Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest (MKFS). Du kannst die Broschüre über den QR Code herunterladen oder kostenfrei als gedrucktes Exemplar bestellen per E-Mail an filmbildung@lmz-bw.de.



Checkliste: Drehvorbereitung

Damit die Rahmenbedingungen stimmen, muss der Dreh vorab genau geplant werden:

- Team zusammenstellen**
- Aufgaben verteilen:**
 - Kameramann/-frau
 - Regisseur/-in
 - Ton
 - Licht
 - Schnitt
 - Schauspieler/-innen bzw. Moderator/-in
- Drehorte festlegen (dabei Fahrtwege beachten!).** Gegebenenfalls müssen Drehorte abgesperrt werden.
- Drehgenehmigungen einholen**
- Wetterbedingungen beachten etc.** (Immer einen Plan B haben!)
- Requisiten sammeln und bereitstellen**
- Technik organisieren**
- Bei Bedarf Statisten organisieren** (Personen für den Hintergrund oder am Bildrand, die keine individuelle Rolle spielen – z. B. Menschen, die über den Marktplatz laufen) und Komparsen (Personen, die eine geringfügige Rolle im Film spielen, eventuell sogar einen kurzen Text haben – z. B. ein Kellner, der am Tisch fragt, ob es noch etwas sein darf)

Je nach Dauer der Aufnahmen Verpflegung organisieren

Hier kannst du eigene Punkte festhalten, die für deinen Dreh wichtig sind:

A series of horizontal dotted lines provided for taking notes.

Kopiervorlage: Storyboard

Skizze der Szene (Bild / Zeichnung, die zeigt, was passiert)	Zusätzliche Informationen (Geräusche, Texte, Musik, Einstellungsgrößen, Perspektiven)

Die Grundlagen der Filmsprache

In der Filmsprache wird zwischen den folgenden filmischen Mitteln unterschieden:

- Bildkomposition
- Kameraeinstellungen
- Kameraperspektiven
- Kameraführung
- Kamerabewegungen
- Achsen im Film
- Licht im Film
- Ton im Film



Als Hilfestellung rund um die filmischen Mittel kannst du das Plakat „Filmsprache“ nutzen, das du im mentoren-net findest.

Bildkomposition

Die Bildkomposition richtet sich nach dem Ort des Geschehens und dem, was gezeigt werden soll. Durch Vorder- und Hintergrund, Schärfe und Unschärfe sowie Licht und Schatten wird Tiefenwirkung erreicht. Die Bildmitte muss nicht zwingend auf das Ereignis gerichtet sein. Die Anordnung der Gegenstände, Personen oder Landschaften auf dem Bild soll das Geschehen untermalen. Wenn du alles im Bild hast, was zur Bedeutung oder Handlung des Filmes beiträgt, kann die Aufnahme beginnen!

Kameraeinstellungen

Die verschiedenen Kameraeinstellungen, auch Einstellungsgrößen genannt, ermöglichen dem / der Filmmacher/-in, seine / ihre Aussagen im Film zu verstärken. Ein Film wirkt wesentlich interessanter, wenn unterschiedliche Einstellungsgrößen verwendet werden und nicht alles in der gleichen Einstellung gefilmt wird. Der häufige Sprung zwischen verschiedenen Einstellungsgrößen führt zu einem Gefühl von Schnelligkeit und einer unruhigen Stimmung (siehe auch Actionfilme). Lange Einstellungen wiederum geben dem Betrachter mehr Zeit, genau hinzuschauen und sich ein „eigenes Bild“ zu machen. Die Stimmung wird ruhig (siehe z. B. Dokumentarfilme oder Komödien).



Achtung!

Zu lange Einstellungen können den / die Zuschauer/-in aber auch ermüden. Denn die Aufmerksamkeit sinkt, wenn der / die Zuschauer/-in alles für ihn oder sie Interessante aufgenommen hat, jedoch kein Bildwechsel stattfindet.

Man unterscheidet zwischen den folgenden Kameraeinstellungen:

Detail (Extreme Close-Up)

Die Detailaufnahme zeigt nur Ausschnitte eines Gesamtbildes z. B. Teile des Gesichts, wie Augen oder Mund, was zu einer besonders intensiven Bildwirkung führt. Mit einer Detailaufnahme lassen sich auch technische Einzelheiten einer Maschine oder eines Vorgangs zeigen, die das menschliche Auge so normalerweise nicht wahrnehmen kann.

Groß (Close-Up)

Die Großaufnahme zeigt einen Kopf formatfüllend auf dem Bildschirm. Die emotionale Wirkung einer Großaufnahme ist hoch, denn hier können z. B. Mimik und bestimmte Gefühle auf besondere Weise in den Mittelpunkt gestellt werden.

Die Nahe (Head & Shoulder)

Eine Person oder Gruppe wird etwa von der Mitte des Oberkörpers bis zum Kopf abgebildet. Nahaufnahmen wollen die Zuschauer/-innen zu einer bestimmten Stelle oder einem bestimmten Objekt lenken, die bzw. das möglicherweise von besonderer Bedeutung ist. Dies ist aber auch eine beliebte Einstellungsgröße für Statements von TV-Reporterinnen und -Reportern, da sie die Mimik und Gestik besonders gut unterstreicht.

Die Halbnahe (Medium Shot)

Die Halbnahe zeigt einen Menschen oder eine Personengruppe etwa von den Knien an aufwärts. Die Halbnahe wird auch „amerikanische Einstellung“ genannt, da sie häufig in Western eingesetzt wird: Der / die Held/-in wird abgebildet vom Revolver bis zum Hut.

Halbtotale (Medium Long Shot)

Die Halbtotale ist als Orientierung z. B. für das Fernsehformat besser geeignet als die Totale. Sie zeigt einen größeren Ausschnitt aus der gesamten Szenerie, z. B. einen Straßenzug mit Menschen. Wenn Personen eine Rolle spielen, sind sie von Kopf bis Fuß in ihrer Umgebung zu erkennen und der Zuschauer kann ihre Handlungen verfolgen.

Totale (Long Shot)

Die Totale zeigt einen Überblick über die gesamte Szenerie, z. B. eine Stadtansicht oder einen Gerichtssaal. Sie dient der geografischen und emotionalen Orientierung der Zuschauer/-innen und wird daher gerne als Anfangseinstellung einer Sequenz genommen.

Weite (Extreme Long Shot)

Die Landschaft ist in dieser Einstellung der überwiegende Bildinhalt. Menschen erscheinen verschwindend klein oder sind nicht zu sehen. Eingesetzt wird die Weite, um das Geschehen in der stattfindenden Umgebung zu zeigen.

Kameraperspektiven

Durch die sogenannten Kameraperspektiven können z. B. Personen oder Gegenstände aus unterschiedlichen Betrachtungswinkeln gesehen werden. Generell kann dabei zwischen drei Perspektiven unterschieden werden:

Untersicht und Froschperspektive

Der Kamerablick geht von unten nach schräg oben. Bei der Untersicht wirkt eine Person beispielsweise wesentlich größer, mächtiger oder bedrohlicher und vermittelt dem Publikum einen Eindruck der Überlegenheit (oftmals findet man die Untersicht, wenn ein Bösewicht gezeigt wird). Eine extreme Untersicht nennt man Froschperspektive.

Augenhöhe / Normalsicht

Die Augenhöhe entspricht dem Blick, mit dem normalerweise die Welt gesehen und dargestellt wird. Es wird bei dieser Perspektive entsprechend versucht eine möglichst natürliche Wahrnehmung zu erzeugen.

Aufsicht oder Vogelperspektive

Bei der Aufsicht befindet sich die Kamera immer in einer höheren Position als der dargestellte Mensch bzw. Gegenstand. Die Sicht geht entsprechend von oben nach unten, schafft den Zuschauenden Raum für Orientierung, macht oftmals Dinge kleiner (z. B. Menschen) oder kann auch Gefahr vermitteln, wenn von oben gesehen aus einer Treppe ein Abgrund wird. Eine extreme Aufsicht nennt man Vogelperspektive.



Beispiele und Übungen zu Kameraeinstellungen und Kameraperspektiven bieten die Apps TopShot von FILM+SCHULE NRW und Filmsprache von Neue Wege des Lernens e. V. Beide Apps gibt es kostenfrei für Android- und Apple-Geräte.

Kameraführung

Die Aussage und Wirkung eines Filmes kann durch die Kameraführung unterstützt werden.

Kameraführung	Wirkung	Gut einzusetzen bei:
Stativ-Kamera: Fixierung der Kamera auf einem Stativ	ruhiger Eindruck	Interviews
Schulterkamera: Stützen der Kamera auf der Schulter	authentisch, lebendig	Reportage vor Ort
Handkamera: Die Kamera wird ohne Stütze in die Hand genommen	unruhig, spontan, authentisch, subjektiv	aus dem Blickwinkel der handelnden Person
Kamerafahrt: Bewegung der Kamera an einem Drahtseil, Dolly etc.	nah am Geschehen, das Gefühl, dabei zu sein	Autofahrten, Luftaufnahmen
Steady-Cam: Handkamera mit einer Apparatur zum ruhigen Filmen	ruhig und näher am Geschehen	Sportaufnahmen
Subjektive Kamera: die Kamera imitiert die Sicht der handelnden Person	authentisch, nachvollziehbar, emotional	aus dem Blickwinkel der handelnden Person

Kamerabewegungen

Durch Kamerabewegungen kann eine zusätzliche Spannung erzeugt werden.

Kamerabewegungen:

Stand: Die Kamera nimmt ein Objekt aus einer einzigen Perspektive und in nur einer Größe auf. Keine Bewegung.

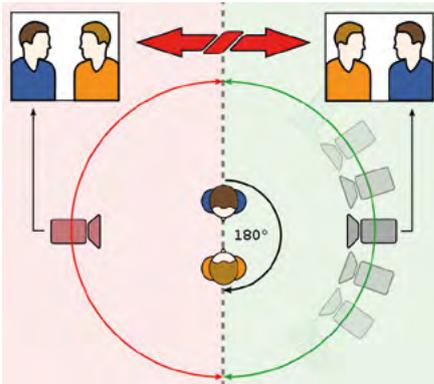
Schwenk: Eine Kamerabewegung ist mit einer Kopfdrehung vergleichbar. Bei jedem Schwenk verändert sich der Ausschnitt, den die Kamera zeigt.

Fahrt: Die Kamerafahrt kann mit einer Bewegung des ganzen Körpers verglichen werden. Sie kann auch den Eindruck erwecken, mit einem Fahrzeug zu fahren. Es gibt verschiedene Fahrten: Zufahrt oder auch Ranfahrt, Rückfahrt, Parallelfahrt, Aufzugsfahrt, Verfolgungsfahrt.

Fahrt – Sonderfall Zoom: Durch eine Veränderung der Brennweite des Objektivs kann erreicht werden, dass der zu filmende Gegenstand größer bzw. kleiner wird, wodurch der Eindruck größerer Nähe oder Entfernung entsteht. Die Kamera verlässt dabei jedoch ihren Platz nicht.

Fahrt – Sonderfall „subjektive Kamera“: Der Kameramann oder die Kamerafrau nimmt keine Rücksicht auf gezielt ausgewählte Einstellungsgrößen oder Perspektiven. Er / sie geht mit einer Kamera auf der Schulter genauso durch die Gegend, als habe er / sie gar keine Kamera vor Augen. Dadurch entsteht ein

eher hektischer Eindruck. Spannende Massenszenen, Demonstrationen etc. werden oft so gefilmt. Die Betrachtenden des Films sollen den Eindruck gewinnen, am Geschehen unmittelbar beteiligt zu sein.



Achsen im Film

Die Handlungsachse ist eine gedachte Gerade, die z. B. zwischen den beiden Personen verläuft, die ein Interview führen. Die Blickachse gibt die Blickrichtung an. Bei Gesprächen ist darauf zu achten, dass sich die Figuren anschauen, wenn eine Figur in einem Bild nach links schaut, der / die Gesprächspartner/-in im anderen Bild (Gegenschuss) nach rechts schaut. Diese Richtung sollte nicht verändert werden, solange sich die reale Blickrichtung bzw. der Standpunkt der Figuren nicht ändert.

„Die 180-Grad-Regel“. Bildquelle: Grm wnr, CC BY-SA 3.0, via Wikimedia Commons (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:180_degree_rule.svg)

Licht im Film

Das Licht hat im Film eine große Bedeutung. Licht gekonnt eingesetzt, verändert die Stimmung, kann den Charakter des Dargestellten vollständig verändern und somit die Handlung des Filmes unterstützen. Es gibt folgende Lichtrichtungen:

Frontlicht

Das Frontlicht kommt aus Richtung der Kamera, wirkt meist etwas flach und leblos, da im Bild kaum Schatten zu erkennen sind.

Streiflicht

Das Streiflicht kommt aus den Seitenbereichen auf Höhe des Objekts. Es hebt die Strukturen flacher Objekte hervor.

Seitenlicht

Das Seitenlicht kommt aus den Seitenbereichen neben der Kamera. Es modelliert das Objekt und lässt seine Form lebendig wirken, da die Schatten die Räumlichkeit des Objekts betonen.

Gegenlicht

Das Gegenlicht scheint hinter dem Objekt in Richtung zum Objekt (und damit zur Kamera). Es erzeugt einen mehr oder weniger starken Lichtsaum auf dem Objekt. Das Objekt wirkt dann meist zu dunkel oder ist nicht mehr erkennbar.

Unterlicht

Das Unterlicht beleuchtet das Objekt von unten. Das ist eine sehr ungewöhnliche Lichtrichtung, da der Lichteinfall (Sonne) normalerweise von oben kommt. Wenn nun Gesichter mit Unterlicht beleuchtet werden, laufen die Schatten in die falsche Richtung (Gruseligkeit).

Ton im Film

Beim Ton im Film wird zwischen Musik, Hintergrundgeräuschen und gesprochenem Ton unterschieden. Ist die Quelle des Tons im Bild zu sehen, wird von „On-Ton“ gesprochen, ist sie nicht im Bild zu sehen, handelt es sich um „Off-Ton“. Beim Off-Ton ist zu unterscheiden, ob die Geräusche oder die Musik zur logischen Umgebung einer Szene gehören (Türschließen, Dialog, Radiomusik) oder ob sie davon unabhängig eingesetzt werden, wie ein Erzähler-Kommentar (Voice Over) oder eine nachträglich eingespielte Filmmusik. Hintergrundgeräusche kannst du beispielsweise später beim Filmschnitt als Ergänzung nutzen. Da sie die Atmosphäre und Stimmung des Drehortes aufnehmen und beschreiben, spricht man von „Atmo-Tönen“.



Verwende für deinen Film nur Musikstücke, die unter Creative-Commons-Lizenzen stehen. Sobald du kommerzielle Musik bzw. fremdes Audiomaterial, wie Interviews, Tonspuren oder Ähnliches, verwendest, wirst du deinen mühevoll erstellten Film nicht der Öffentlichkeit (beispielsweise auf YouTube) zeigen können. Mehr dazu findest du auch im Modul „Jugendmedienschutz“ und im Kapitel „Audio“.

Die häufigsten Fehler beim Filmen

Einen schlechten Film erkennt das Publikum meist nach wenigen Einstellungen, ohne vielleicht genau benennen zu können, was genau nicht gefällt. Was sind die häufigsten Fehler beim Filmen und wie lassen sie sich vermeiden?

Verwackelte Aufnahmen

Eine Kamera ruhig aus der Hand oder von der Schulter zu führen, erfordert lange Übung und Routine. Selbst für einen Profi ist es schwierig, ruhige Bilder zu drehen. Nimm deshalb immer ein Stativ mit!

Häufiges Zoomen

Der Zoom ist das beliebteste filmische Gestaltungsmittel und dabei das schlechteste! Im Gegensatz zu einer echten Kamerafahrt ändert sich beim Zoomen nämlich nur der Bildausschnitt, nicht jedoch die Perspektive der Betrachtenden. Der Zoom entspricht nicht den Sehgewohnheiten der Zuschauer/-innen, da das Gefühl vermittelt wird, dass das Bild auf sie zu- oder von ihnen weggeschoben wird.

Falsche Kameraposition

Der / die Hobbyfilmer/-in dreht meist aus einer bestimmten Höhe, so, wie er / sie die Kamera am bequemsten halten kann, egal bei welchem Motiv. Besser ist es, auf Höhe des gewählten Motivs oder auf Augenhöhe zu drehen. Das heißt bei Kindern oder kleinen Tieren: Runter in die Knie gehen!

Ruckartige und „unmotivierte“ Schwenks

Ist ein Schwenk ruckartig und steht das Bild am Anfang und Ende eines Schwenks nicht ruhig, liegt es entweder an der schlechten Qualität des Stativs oder an den mangelnden handwerklichen Fähigkeiten des Kameramanns bzw. der Kamerafrau. Der „unmotivierte“ Schwenk kommt häufig vor, wenn jemand (noch) unerfahren ist und möglichst alles zeigen will, was vors Objektiv kommt.



Nutze Schwenks mit Bedacht. Du solltest nur schwenken, um

- ein bewegtes Objekt zu begleiten (Verfolgungsschwenk),
- einen Überblick zu schaffen (Panoramaschwenk),
- der Blickrichtung zu folgen (Verbindungsschwenk) oder
- statische Motive zu beleben (erzählender Schwenk).

Filmschnitt

Nach dem Dreh entsteht der Film in der sogenannten Postproduktion. Dort wird er geschnitten und der Ton bzw. die Musik nach- und eingearbeitet. Aus vielen Stunden Material entstehen wenige Minuten Film. Diese Zusammenführung von Bild, Ton und Musik wird auch Filmschnitt oder Montage genannt.

Montageformen

Meistens wird so geschnitten, wie man es aus dem Kino oder dem Fernsehen kennt und wie es unseren Sehgewohnheiten entspricht. Doch gibt es auch andere Montageformen, die du hier kennenlernst:

Parallelmontage

In der Parallelmontage werden zwei oder mehr Handlungen abwechselnd so montiert, dass sie vom Publikum miteinander in Verbindung gebracht werden. Diese Technik wird häufig zur Erzeugung von Spannung eingesetzt. Dabei können die verschiedenen Erzählstränge aufeinander zu laufen, um sich dann zu treffen.

Montage als Kollision

Durch Montage kann Filmmaterial in einen kontinuierlichen Zusammenhang gebracht werden – dann machen sich die Zuschauer/-innen keinerlei Gedanken über den Schnitt. Manchmal kann die Montage aber auch Brüche erzeugen. Ein Beispiel dafür ist der sogenannte Jump-Cut.

Rhythmische Montage

Schnitte tragen zum Rhythmus des Filmes bei. Ruhe wird durch wenige Schnitte erzeugt, Tempo durch schnelle, kurze und viele Schnitte, wie oft in Musikvideos.

Assoziationsmontage

Durch die Gegenüberstellung oder Aneinanderreihung von Bildern, die möglicherweise nichts miteinander zu tun haben, entsteht bei den Zuschauenden eine gedankliche Verknüpfung.

Arbeitsschritte beim Filmschnitt

Mit der Menge an Filmmaterial, das du einspielst, wird auch der Grad der Unübersichtlichkeit immer größer. Du kannst dem entgegenwirken, indem du folgende Schritte befolgst:

1. Sichten des Materials, Notizen machen, erste Szenen auswählen
2. Grobschnitt (Vorschnitt), bei dem alle Szenen, O-Töne und Zwischenbilder in der geplanten Reihenfolge aneinandergereiht werden. Hierbei ergibt sich ein erstes Bild davon, wie der Film später aussehen wird.
3. Feinschnitt, bei dem die exakten Schnitte gesetzt werden. Das Filmmaterial wird „gesäubert“ und nochmals auf die Reihenfolge geprüft. Wenn Musik unterlegt wird, ist jetzt der beste Zeitpunkt. Auch Effekte, wie z. B. eine Blende (für Bild und / oder Ton), können an dieser Stelle eingearbeitet werden.

Wichtige Regeln beim Filmschnitt

1. **Keine Kamerabewegungen hintereinander schneiden!**
Schwenks, Zooms und echte Fahrten sollten immer durch eine stehende Einstellung getrennt sein.
2. **Achte auf die Blickrichtungen der Personen!**
Siehe dazu auch den Abschnitt „Achsen im Film“.
3. **Möglichst in Bewegung schneiden!**
Damit sind nicht die Kamerabewegungen, sondern Bewegungen der Darsteller/-innen gemeint.
4. **Text-Bild-Schere vermeiden!**
Wenn du Text in deinem Film verwendest, sollte der Text auch immer unter den Bildern stehen, auf die er Bezug nimmt.
5. **Nutze Blenden für große Zeit- und Raumveränderungen!**
Innerhalb einer Szene wird hart geschnitten. Für Überblendungen, die einen Zeit- oder Raumwechsel andeuten, eignen sich besonders Einstellungen, die einen ähnlichen Bildaufbau aufweisen, da sich die Bildmotive in der Mitte der Überblendung kreuzen und so ein weicher Übergang von einer Szene in die nächste ermöglicht wird.

Die Ausgabe der fertigen Filmdateien (Encoding)

Nach dem Schnitt kommt ein sehr wichtiger Teil der Filmarbeit, das Encoding. Encoding ist das Umwandeln der Filmdatei in ein Format, das entweder stark komprimiert (kleine Datenmenge für die Darstellung im Internet) oder hochauflösend (große Datenmenge in High Definition) ist. Die Dateiformen werden dann Videoformate genannt. Das gängigste Videoformat ist derzeit mpeg4. Details zu einzelnen Videoformaten findest du auf www.nrwision.de/mitmachen/wissen/videoformate-vergleich.

Ein eigenes YouTube-Video erstellen

Wähle ein Thema aus der SMEP-Ausbildung aus und erstelle dazu ein kurzes YouTube-Video. Hier ein paar Themenvorschläge:

- Tipps zur Plakatgestaltung
- Anleitung für ein Video-Schnittprogramm
- Führe mit einem Mitschüler oder einer Mitschülerin ein Filmgespräch
- Tipps für ein sicheres Passwort
- Falschmeldungen erkennen

Geht bei der Erstellung des Videos folgendermaßen vor:

- Arbeitet in Partnerarbeit oder in Gruppen.
- Benutzt zum Filmen euer Smartphone oder eine digitale Kamera.
- Sprecht ein bis zwei Minuten in die Kamera zum vorgegebenen Thema.
- Euer Beitrag darf frech, parteiisch und unterhaltsam sein („YouTube-Style“); eure Meinung sollte aber trotzdem begründet werden!
- Es steht euch frei, den Beitrag zu schneiden oder mit Musik zu unterlegen (beachte bei der Wahl der Musik unbedingt die Bestimmungen des Urheberrechts).
- Präsentiert dann euren Beitrag im SMEP-Kurs.



Achtung!

Falls du das Video hochladen möchtest: Für einen YouTube-Kanal benötigst du ein Google-Konto. Ohne die Zustimmung der Eltern ist dies erst ab 16 Jahren erlaubt. Wenn Mitschüler oder Mitschülerinnen im Video zu sehen sind, musst du deren Persönlichkeitsrechte wahren, das heißt, du benötigst ihre Zustimmung. Bei Personen unter 18 Jahren bedarf es zusätzlich der Zustimmung der Eltern.

Musik und Abbildungen

Wenn du Musik, Fotos, Bilder, Icons oder Ähnliches verwendest, dürfen diese nicht mit einem Copyright belegt sein, sonst verletzt du das Urheberrecht. Über das Urheberrecht und verschiedene Lizenzmodelle kannst du dich im Kapitel „Urheberrecht im Internet“ im Modul „Jugendmedienschutz“ informieren.

Videoeinstellungen in YouTube

Öffentlich: Jede/-r kann deine Videos sehen. Hier ist es oft sinnvoll, die Kommentarfunktion zu deaktivieren.

Privat: Das Video kann nur von dir und ausgewählten Nutzern angesehen werden.

Nicht gelistet: Das Video können nur Personen sehen, die den entsprechenden Videolink kennen. Das Video erscheint nicht in den Suchergebnissen.

Kurzfilm-Formen

Nun hast du einiges darüber gelernt, wie man Filme erstellt. Es gibt viele Möglichkeiten, ein Medienprojekt durchzuführen. Bei einigen Formen müssen aber bestimmte Aspekte besonders beachtet werden.

Das Interview mit Bild und Ton

Wenn du ein Interview mit Bild und Ton aufnehmen willst, müssen einige Dinge beachtet werden. Du kannst dir als Einstieg ein Interview im Internet ansehen (zum Beispiel die Interviews auf www.youtube.com/user/KindermedienlandBW/videos). Hier werden dir wichtige Dinge für ein Interview mit Bild und Ton auffallen. Ein paar Fragen, die du dir in jedem Fall stellen solltest, sind:

- Aus welcher Perspektive wird ein Interview gefilmt?
- Wie viele Kameras sollten aufgestellt werden?
- Wird nur der / die Interviewte aufgenommen oder auch der / die Interviewer/-in?
- Welchen Bildausschnitt willst du wählen, damit Gestik und Mimik der / des Interviewten gleichermaßen gut eingefangen werden?
- Wird das Interview draußen oder drinnen gefilmt?
- Ist der Raum, in dem das Interview stattfindet, ausreichend beleuchtet?
- Wurden Nebengeräusche gefiltert?
- Wurde der Hintergrund ausgewählt?
- Ist das Mikrofon sichtbar?

Dokumentation

Lehrkräfte und Mitschüler/-innen werden sich freuen, wenn du einen Dokumentarfilm drehst. Beispielsweise könntest du das nächste Schulfest dokumentieren oder die Projekttag mit der Kamera begleiten. In diesem Fall ist es besonders wichtig, die Einverständniserklärung der Schule und der gefilmten Personen einzuholen. Auch der Drehplan muss detailliert erstellt und die jeweiligen Ansprechpartner/-innen, die gefilmt werden sollen, müssen über den Zeitpunkt und die Inhalte informiert werden. Am besten überlegst du dir vorher, welche Drehorte sich am besten für deine Filmaufnahmen eignen. Im Rahmen einer Doku-

mentation eignen sich natürlich auch Interviews oder Umfragen. Notiere dir vorher die Interviewfragen, die du Besuchenden, Schülern und Schülerinnen und Lehrkräften stellen willst.

Erklärfilm

Ein Erklärfilm ist ein kurzer Film über ein Unternehmen, eine Institution oder ein Produkt mit werbendem Charakter. Du kannst z. B. auch einen Erklärfilm über deine Schule drehen. Überlegt euch genau, wie ihr eure Schule im Film darstellen könnt, welche positiven Aspekte ihr dabei hervorheben möchtet und wie ihr für eure Schule Werbung machen könnt. Denkt daran, die Drehgenehmigung von der Schulleitung einzuholen.



Erklärvideos ohne Darsteller/-innen lassen sich ganz einfach mit Animations- oder Legetechniken selbst erstellen. Besonders einfach geht das hier:
<https://videomaker.simpleshow.com>.

Trickfilm

Das Grundprinzip eines Trickfilms beruht darauf, dass die Kamera einzelne Bilder aufnimmt. Jede Kamera zeichnet dabei 24 Bilder in der Sekunde auf. Wenn du diese 24 Bilder in einer Sekunde ablaufen lässt, entsteht die Illusion von Bewegung und damit ein Film. Vielleicht hast du schon mal ein Daumenkino gemacht. Das Prinzip ist das gleiche, nur dass statt des Daumens die Kamera bzw. ein Trickfilmprogramm die Bilder „in Bewegung bringt“. Ein Trickfilm kann z. B. mit dem Tablet oder einem Smartphone aufgenommen werden. Die Bilder werden dabei in einem Trickfilmprogramm am Computer oder in einer App so hintereinander gesetzt, dass sich eine logische Abfolge ergibt.



Genauere Tipps und Abläufe zur Trickfilmerstellung findest du unter anderem in der Broschüre „Trickfilm to go – Leitfaden zur (Trick-)Filmarbeit mit mobiler Technik“ unter <https://www.medienanstalt-nrw.de/publikationen/trickfilm-to-go.html>.
Beim KMZ / SMZ in deiner Nähe kannst du dich außerdem informieren, ob dort Trickboxen ausgeliehen werden können (siehe auch Abschnitt „Der Medienzentrenverbund“ im Modul „Mentor/-in sein“).

Filme genauer betrachten

Die Filmanalyse und das Filmgespräch

Filme zu analysieren heißt, den Film nicht einfach nur anzuschauen, sondern zu hinterfragen, wie der Film gemacht ist und welche Wirkung er hat bzw. haben kann. Grundsätzlich werden in der klassischen Filmanalyse vor allem filmtechnische Mittel bestimmt und dokumentiert. Filme bestehen, wie du schon gelernt hast, aus einer Vielzahl von Elementen, z. B. der Story, den handelnden Personen, Ton, Licht oder Kameraführung. All diese Elemente werden in der Regel bewusst eingesetzt, um die gewünschte Wirkung zu erzielen. Darüber hinaus gibt es Bilder, die bestimmte Ereignisse im Film ankündigen oder symbolisieren, z. B. kann starker Wind für eine kommende Gefahr stehen oder ein zerbrochener Spiegel für die innere Zerrissenheit eines Menschen. Damit die Analyse nicht zu umfangreich wird, können wichtige Sequenzen aus einem Film ausgesucht und analysiert werden. Diese Sequenzen stehen dann stellvertretend für den ganzen Film.

Das Filmgespräch ist im Vergleich zur Filmanalyse weniger wissenschaftlich. Es konzentriert sich auf die Themen, die im Film angesprochen und aufgegriffen werden (Themen, Darsteller/-innen, aktuelle Bezüge etc.). Du kannst mit einer größeren Gruppe gut Filmgespräche führen, denn sie helfen euch, Filme wirklich zu verstehen und die technischen Produktionsweisen zu begreifen. Zudem kann dir das Gespräch vielleicht als Inspiration für eigene Filmideen dienen.



Weitere Informationen zur Filmanalyse gibt es unter www.lmz-bw.de/filmbildung/bausteine-filmanalyse/.



Präsentation

Auf einen Blick

In diesem Kapitel geht es darum, deine Projektideen, die du schon ausführlich in allen Modulen bearbeitet hast, anderen Schülerinnen und Schülern oder Lehrkräften in einer Präsentation vorzuführen. Das Kapitel gibt dir einen genaueren Einblick, wie du deine Präsentation gut vorbereitest, welche medialen Einsatzmöglichkeiten dir zur Verfügung stehen, wie du deine Inhalte gestalten und aufbereiten solltest, aber auch, wie du deinen eigentlichen Vortrag schließlich kompetent überbringst, ohne dein Publikum zu langweilen.

Inhalt

Grundlagen für Präsentationen	125
Gestaltungskriterien: Schrift, Farben, Bilder	126
Das sichere Auftreten beim Präsentieren	128
Faustregeln für eine gelungene Präsentation	130
Das Visualisieren	134



Grundlagen für Präsentationen

Die Vorbereitung deines Vortrags

Wenn du einen Vortrag vorbereitest, mache dir vorher klar,

- welche Informationen du vermitteln willst,
- wer vor dir sitzt (Zielgruppe) und
- wie du die Informationen vermitteln willst, d. h. mit welchen Medien, Beispielen etc.

Versetze dich bei der Vorbereitung in die Rolle der Zuhörer/-innen, denn sie sind das Wichtigste: Knüpfe an das an, was sie bereits wissen, und überlege, wie viele Informationen sie zusätzlich aufnehmen können und wollen. Experten und Expertinnen auf einem bestimmten Gebiet können beispielsweise mehr Informationen „vertragen“ als Zuhörer/-innen mit wenig Vorwissen. Viele Vortragende neigen dazu, zu viel in einen Vortrag zu packen. Sie nehmen sich viel vor und möchten den Zuhörerinnen und Zuhörern einen möglichst umfassenden und detaillierten Einblick in das gewählte Thema bieten. Zeitliche Engpässe, zu viel Inhalt und gerne auch mal ein Fünkchen Aufregung bewirken jedoch oftmals das Gegenteil und führen dazu, dass der Vortrag zu einem unangenehmen und nicht enden wollenden Erlebnis wird. Beschränke dich deshalb auf die wichtigsten Punkte und verweise lieber auf weitere Informationsquellen (z. B. auf einem Handout), die Zuhörer/-innen bei Interesse individuell aufsuchen bzw. nutzen können. Dosiere deinen Vortrag folglich so, dass dein Publikum nicht überstrapaziert wird, sondern alle die Veranstaltung mit einem guten Gefühl und neuen Anregungen verlassen.

Medieneinsatz für deinen Vortrag

Bei einem Vortrag solltest du, neben dem Sprachanteil, auch diverse Medien verwenden, da sie den Zuhörern und Zuhörerinnen dabei helfen können, sich die Informationen besser zu merken, und weil sie das Gesagte strukturieren. Du kannst also den Vortrag mithilfe eines Laptops, Tablets, diverser Präsentationsprogramme (PowerPoint, Prezi...) und eines Beamer untermauern bzw. interessanter gestalten.



Bereite nicht nur deinen Vortrag, sondern auch die technische Präsentation gut vor!

Denke daran, dir rechtzeitig vor deinem Vortrag die notwendige Technik inklusive entsprechender Verbindungskabel (z. B. vom Laptop zum Beamer) zu besorgen und in Ruhe zu testen, ob alles funktioniert. Nichts ist unangenehmer als zu Beginn einer Präsentation mit technischen Problemen konfrontiert zu sein!

Wenn dein geplanter Vortrag mit der Präsentation sehr umfassend ist, solltest du mehrere Präsentationsmöglichkeiten kombinieren. Dies sorgt für Abwechslung und lockert den Inhalt auf. Wenn du z. B. eine PowerPoint-Präsentation über den Beamer zeigst, kannst du die Zuhörer/-innen in einer anderen Phase aktiv miteinbeziehen, z. B. indem du sie etwas mit dem Flipchart oder der Pinnwand erarbeiten oder Begriffe sammeln lässt.

Gestaltungskriterien: Schrift, Farben, Bilder

Schrift

- Nutze eine klare, gut lesbare Schrift (z. B. eine serifenlose Schrift, wie Arial oder Calibri, oder eine Serifenschrift, zum Beispiel Times New Roman – siehe dazu auch den Abschnitt „Typografie“ im Kapitel „Mediengestaltung“).
- Überschriften sollten mind. 30 pt haben (wenn möglich mehr!), Stichpunkte darunter sollten auf keinen Fall weniger als 20 pt groß sein. Als Standard wird in der Regel 28 pt angesehen. Das wirkt anfangs vielleicht etwas groß, gibt aber Zuhörerenden, die weiter hinten platziert sind, die Chance, deine Texte zu lesen. Natürlich kommt es auch immer darauf an, welche Schrift du tatsächlich verwendest, denn von Schrift zu Schrift können die Größen variieren.
- Du solltest den Schriftstil oder die Schriftart möglichst nicht wechseln, außer du möchtest ein bestimmtes Wort besonders betonen.
- Die Schriftfarbe kann auf etwas Besonderes oder Wichtiges aufmerksam machen. Das funktioniert jedoch nur, wenn wenige Farben verwendet werden. Die Schriftfarbe solltest du immer mit der Farbe des Hintergrunds abstimmen und dabei auf einen möglichst starken Kontrast achten!
- Oftmals sind Symbole bzw. Icons eine willkommene Abwechslung, lockern den Inhalt der Folie auf und ersetzen bestimmte Textbausteine, z. B. der Buchstabe „I“ (im Kreis links neben Infos gesetzt) anstatt die Überschrift „Information“.
- Die Formatierung des Textes muss folgende Kriterien erfüllen:
 - möglichst einspaltig
 - nicht zu lange Zeilen
 - kurze, einprägsame Worte
 - Worte nicht trennen



KISS – Keep It Straight and Simple

„Halte es geradlinig und einfach!“ ist eine wesentliche Gestaltungsrichtlinie, die nicht nur bei Präsentationen beliebt ist. Ihr entsprechend sollen wirklich nur die wesentlichen Informationen weitergegeben werden – im Extremfall sogar nur eine Information pro Folie. Die Folien sollen in der Regel Sachverhalte veranschaulichen und nicht für sich alleine stehen. Es braucht dich und deinen Vortrag, um das große Ganze zu verstehen.

Ein Beispiel: Auf einer Folie stehen nur die Buchstaben „K I S S“ in Großbuchstaben. Das Publikum könnte in der Folge Vermutungen anstellen, was damit gemeint ist und wird auf diese Weise aktiv integriert. Anschließend übernimmst du die Auflösung und beschreibst in deinem Vortrag, was mit den vier Buchstaben tatsächlich gemeint ist.

Bilder

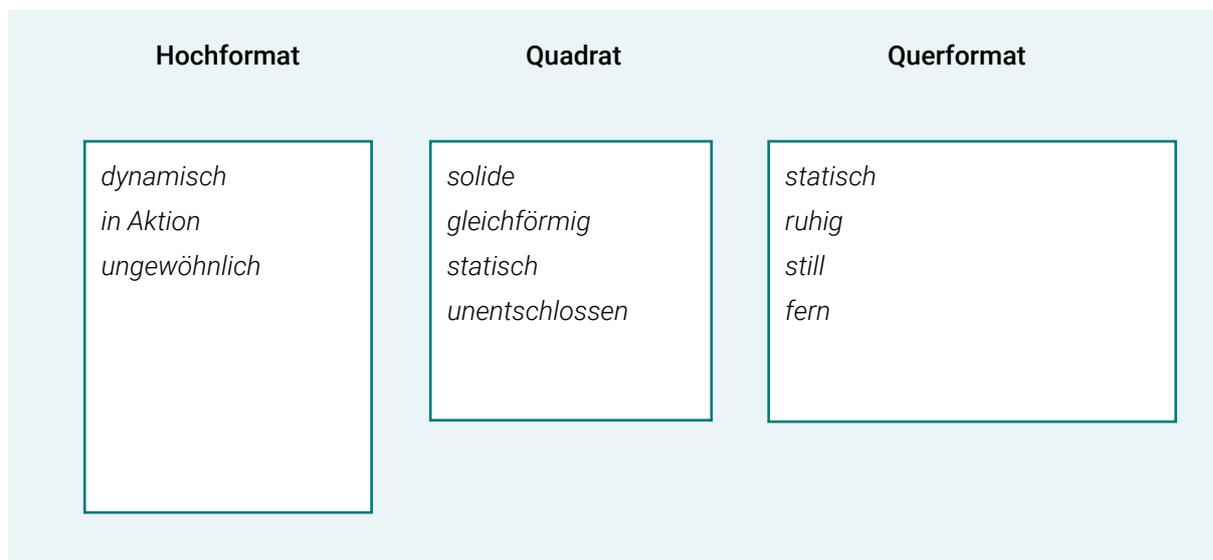
Bilder sagen mehr als 1000 Worte! Wieso solltest du daher bei einem Vortrag auf die Kraft der Bilder verzichten? Besonders interessant sind Präsentationen, deren Folien jeweils vollständig mit einem Bild bedeckt sind, das nur von einem Satz oder einer Überschrift begleitet wird. Es hat die Aufgabe, die Inhalte deines Vortrags visuell zu untermalen und mit dem Satz auf den Inhalt hinzuweisen, doch alles Weitere kommt von dem / der Vortragenden – also von dir! Solche „spärlich“ gestalteten Folien helfen, dass die Aufmerksamkeit auf deiner Person ruhen bleibt und nicht durch das inhaltliche Erarbeiten deiner mühsam befüllten Folien gestört wird. Anhand einer Vielzahl solcher formatfüllender Bilder auf Folien, kann eine ganze Geschichte entwickelt und erzählt werden – sogenanntes Storytelling –, deren roter Faden durch deinen Vortrag ersichtlich wird. Diese Strategie bedarf etwas an Übung, ist jedoch eine interessante Alternative zu klassischen Präsentationen.

Aber auch bei klassischen Präsentationen, in denen vor allem Folien mit Stichpunkten zu finden sind, sollte das Bild einen großen Stellenwert erhalten. Es unterstreicht auf visuelle Weise eine Aussage, macht eventuell Beschriebenes verständlicher und anschaulicher und ist eine willkommene Abwechslung für die Zuhörer/-innen.

Auch Grafiken können Aussagen mit einfachen Mitteln unterstreichen, so beispielsweise ein Tortendiagramm, das auf den ersten Blick wesentliche Inhalte ersichtlich macht (erinnere dich z. B. an die Sendeuhr im Abschnitt „(Schul-)Radiosendung“. Sie ist nichts anderes als ein Tortendiagramm, mit dem auf anschauliche Weise die einzelnen Inhalte der vollständigen Radiosendung sichtbar gemacht werden können).

Bildformat und Aufteilung

Auch das Bildformat beeinflusst die Bildaussage. Dementsprechend müssen die Bilder zugeschnitten oder auf der Folie angeordnet werden, um eine bestimmte Wirkung zu erzielen.



Farben

Farben können helfen, die Informationen innerhalb deiner Präsentation zu unterstützen. Dabei sind einige Punkte zu beachten:

- Jede Farbe hat eine bestimmte Wirkung. Schau dir, bevor du deine Wahl triffst, die einzelnen Wirkungsweisen genauer an (eine Übersicht zu den Farbwirkungen findest du im Abschnitt „Farbenlehre“ im Kapitel „Mediengestaltung“).
- Achte darauf, dich auf ein bis zwei verschiedene Farben zu beschränken und durchgängig mit diesen zu arbeiten. Dadurch bleibt der Fokus weiterhin beim Inhalt (zu viele Farben lenken davon ab!) und du erhältst ein einheitliches Layout.
- Achte bei der Farbwahl darauf, Farben, die bereits in deinem Logo, Flyer oder Plakat verwendet wurden, wieder in der Präsentation aufzugreifen. Das schafft einen Wiedererkennungswert!

Das sichere Auftreten beim Präsentieren

Für deinen Vortrag, aber auch für deine kommenden Schulprojekte als Schüler-Medienmentor/-in, kannst du die hier beschriebenen Tipps für ein sicheres Auftreten beim Präsentieren sicherlich gut einsetzen.

Im Sitzen

- Vor Beginn tief und ruhig durchatmen.
- Stuhllehnen sind da, um sich anzulehnen oder abzustützen und dir Halt zu geben.
- Sitze auf der gesamte Fläche des Stuhls und nicht wie zum Sprung bereit auf der Stuhlkante.
- Lege hin und wieder die Arme locker auf die Armlehnen des Stuhls (falls diese vorhanden sind). Achte darauf, dass du deine Hände nicht schüchtern im Schoß vergräbst, sondern zum Beispiel locker auf die Beine legst.
- Finde heraus, womit du dich wohler und sicherer fühlst: mit übereinandergeschlagenen Beinen oder mit beiden Füßen fest auf dem Boden.

Im Stehen

- Versuche aufrecht und entspannt zu stehen. Gerade bei längerem Stehen ist die leicht gegrätschte Beinhaltung zu empfehlen. Hin und wieder ist auch der Wechsel von Stand- und Spielbein erlaubt. Doch nicht zu häufig, sonst wirkt es wie ein unruhiges Tänzeln.
- Mache dich nicht körperlich kleiner als du bist. Achte auf eine gerade, aufrechte Haltung.
- Wohin mit den Händen? Vermeide es, die Hände hinter deinem Rücken zu verstecken oder permanent in deinen Hosen- oder Jackentaschen zu vergraben. Gestik mit den Händen lässt dich und deinen Vortrag lebendig wirken – aber auch hier gilt: weniger ist mehr.

Körpersprache erkennen

Körpersprache ist kultur- und situationsabhängig und so komplex, dass allgemeingültige Aussagen darüber schwer zu treffen sind. Versuche, deine Körpersprache zu überprüfen. Wenn du mit anderen sprichst, kannst du dir hin und wieder bewusst machen, wie deine Körperhaltung, dein Blick, deine Gestik und Mimik in diesem Moment sind. Das schärft deine Wahrnehmung für die eigene Körpersprache. Denn wer die Körpersprache anderer besser verstehen will, sollte sich der eigenen bewusst werden.



Bild: gettyimages/alvarez



Methode: meine Präsentation und ich

Oftmals lernt man am besten von bzw. an sich selbst. Diese Methode ist zwar etwas aufwendiger, wird dir aber langfristig sehr viel weiterhelfen! Suche dir einen Partner oder eine Partnerin, der / die ebenfalls in absehbarer Zeit einen Vortrag zu halten hat. Sucht euch einen ruhigen Raum und stellt in eine Ecke eine Videokamera mit einem Stativ auf. Trage nun deinen Vortrag und deine Präsentation der gewählten Person so vor, als wäre es der Veranstaltungstag selbst. Die Kamera läuft dabei mit! Anschließend tauscht ihr die Rollen und die andere Person hält ihren Vortrag.

Schaut euch nun die beiden Vorträge noch einmal auf der Videokamera an bzw. zieht die Filmdatei auf einen Laptop oder Computer und schaut sie dort. Folgende Fragen können dir bei der Analyse deines Vortrags helfen:

- Wie wirkst du in deinem Vortrag? Sicher und souverän? Schüchtern? Verängstigt? Unsicher? Planlos? Wie könntest du gegebenenfalls an deiner Wirkung arbeiten?
- Nutzt du Gestik und Mimik, um deinen Vortrag zu unterstreichen, oder stehst du eher steif da?
- Wie empfindest du die Kombination deines Vortrags mit der Präsentation? Sind die Inhalte von Vortrag und Präsentation gut dosiert? Wirkt die Präsentation ablenkend? Gibt es Verbesserungsmöglichkeiten?
- Wie trägst du die Inhalte deines Vortrags vor: Sprichst du frei? Hast du Methodenkärtchen in der Hand? Benutzt du einen Zettel? Liest du von den Folien im Hintergrund ab? Wie wirkt diese Vorgehensweise auf dich?
- Wie ist dein Gesamteindruck von Vortrag und Präsentation? Hast du das Gefühl, die Zuhörer/-innen ausreichend einzubinden, oder denkst du, sie könnten sich langweilen?

Nach einer kritischen Selbstreflexion gibt dir auch dein/-e Partner/-in konstruktives Feedback (und umgekehrt). Die Methode soll dir eine externe Meinung sowie positive und hilfreiche Rückmeldungen geben.

Faustregeln für eine gelungene Präsentation

- Arbeite möglichst visuell, bevorzuge großflächige Bilder, die deinen Vortrag unterstützen, anstatt einen „Wortsalat“ zu präsentieren, der die Zuhörer/-innen nur von deinen Inhalten ablenkt.
- Wenn Text in die Präsentation eingebunden werden soll, halte den Inhalt auf den Folien in Stichworten fest, anstatt ganze Sätze zu verwenden (Ausnahme: Zitate).
- Lass dir Zeit! Die Folien sollten nicht zu schnell hintereinander folgen.
- Sprich frei und lies den Text nicht von den Folien ab.
- Halte Augenkontakt zu deinem Publikum. Auch wenn es anfangs schwerfällt, fühlt sich das Publikum stärker integriert, wenn du deinen Blick auf deine Zuschauer/-innen richtest, anstatt gegen eine Wand oder auf den Boden zu schauen. Außerdem siehst du so, ob deine Präsentation spannend ist oder etwas unverständlich wirkt und Fragen aufwirft.
- Gehe sparsam mit bewegtem Text, bewegten Grafiken und Klangeffekten um. Sie lenken ab und wirken oftmals eher lästig als inhaltsfördernd.
- Auch Farben sollten sparsam verwendet und gut überlegt eingesetzt werden: Welche Farben betonen den Inhalt deiner Präsentation besonders? Wo kannst du mit deinen Farben anknüpfen?
- Nutze nicht zu viele Animationen: Animationen sind Effekte, wie z. B. die Einblendung eines Textes, einer Grafik oder der nächsten Folie. Sie lenken aber oftmals vom Inhalt ab. Interessant sind sie dann, wenn z. B. nacheinander Stichpunkte eingeblendet werden, die du mündlich näher erläuterst. So kannst du sie Schritt für Schritt sichtbar werden lassen, ohne dass die Zuhörer/-innen bereits alle Punkte lesen und dadurch ihre Konzentration für Unwesentliches erschöpfen.
- Der Folienwechsel sollte per Mausklick ausgelöst werden. So kannst du selbst entscheiden, wann du bereit für die nächste Folie bist.

- Binde deine Zuhörer/-innen möglichst aktiv in deine Präsentation mit ein! Stelle inhaltliche Rückfragen, erarbeite mit ihnen gemeinsam einen Begriff, entwickelt zusammen ein bestimmtes Schaubild, greife auf Erlebnisse und Vorerfahrungen des Publikums zurück etc. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt! So gewährleistest du jedoch, dass dein Publikum „dabeibleibt“ und deiner Präsentation bis zum Ende folgt.

Deine SMEP-Projektpräsentation

Bereite deine Projektpräsentation vor. Am besten nutzt du ein zusätzliches Blatt Papier, um die folgenden Fragen ausführlicher zu beantworten.

INHALT

Was ist deine Idee? Was willst du anbieten? Wen hast du kontaktiert? (z. B. Lehrkräfte oder externe Partner/-innen)

.....

Wie hast du Werbung für dein Projekt gemacht? Wo hast du Plakate bzw. Flyer verteilt? Hast du Freunde oder Mitschüler/-innen direkt angesprochen?

.....

Zeige ein Bild deines Werbeflyers bzw. Plakats. (Bilder in Präsentation einfügen)

Wie und wo fand dein Projekt statt? Vielleicht hast du Bilder vom Raum und / oder von den Teilnehmenden bei der Arbeit.

.....

Erkläre, was du mit deiner Gruppe in deinem Projekt gemacht hast. Nutze dafür deine Projektplanungsunterlagen.

.....

.....

.....

Mit welchen Medien habt ihr gearbeitet? (Bilder in Präsentation einfügen)

.....

Berichte, was besonders interessant war und welche Probleme es während des Projektes gab. Was ist das Ergebnis des Projektes?

.....

.....

.....

GESTALTUNG

Welche Farben sollen eingesetzt werden? Denke dabei auch an Farben, die in deinem Projektflyer, Plakat oder Logo Einsatz fanden.

.....

Welche Logos müssen auf der Präsentation zu sehen sein?

.....

Wie möchtest du die einzelnen Folien grafisch und inhaltlich aufbauen? Wählst du eine Designvorlage des Präsentationsprogramms oder erstellst du deine eigene?

.....

Welche Bilder eignen sich für die Präsentation und in welchem Format sollen sie gezeigt werden?

.....

.....

Welchen Umfang nehmen Texte in der Präsentation ein?

.....

Welche Schriften eignen sich für die Präsentation?

.....

Wie können Diagramme, Mind-Maps oder Icons deine Präsentation auflockern bzw. Inhalte verständlicher machen?

.....

.....

PRÄSENTATION

- z. B. Film vorführen (nicht in die Präsentation einfügen)
- z. B. Fotos zeigen
- z. B. Audioprojekt vorspielen (nicht in die Präsentation einfügen)

ABSCHLUSS UND EIGENE MEINUNG

Was muss verbessert werden?

Wie hat den Teilnehmenden das SMEP-Projekt gefallen?

Wie kannst du das Projekt noch ausbauen?

Wer kann dir helfen?

Das Visualisieren

Visualisieren bedeutet „sichtbar machen“. Bei der Präsentation bzw. bei einem Vortrag hilft das Zeigen von Bildern, Grafiken, Tabellen oder kurzen Texten, damit sich die Zuhörer/-innen die gesprochenen Informationen besser vorstellen und einprägen können oder um Schwieriges verständlich zu machen. Das bedeutet jedoch nicht, dass Visualisierungen überall sinnvoll sind. Sie sollen den Text und das Gesagte unterstützen und den Zuhörerinnen und Zuhörern einen Mehrwert bieten. Je nach Thema und eigenen Vorlieben kannst du eine oder mehrere der folgenden Methoden wählen:

- Text
- Bilder bzw. Fotos
- Schaubilder, Diagramme oder Mind-Maps

Visualisieren mit Text

Nicht alle Informationen können oder sollten in Form von Bildern präsentiert werden. Für bestimmte Informationen ist es sinnvoll, Text zu verwenden. Die Folien sollten dabei lediglich die wichtigsten Informationen in Textform beinhalten. Hierbei gelten folgende Faustregeln:

- Nicht mehr als 5 bis 7 Textzeilen verwenden.
- Große Schrift wählen (siehe „Gestaltungskriterien: Schrift, Farben, Bilder“ im Kapitel „Präsentation“ deines Readers), damit es auch die Zuhörer/-innen in der letzten Reihe noch lesen können.
- Keine ganzen Sätze, sondern nur Stichworte wählen.
- Bei Bedarf Stellen zeigen, über die du gerade redest, z. B. mit einem Presenter.

Visualisieren mit Bildern bzw. Fotos

Hier gilt:

- Die Bilder bzw. Fotos sollten leicht zu verstehen sein.
- Der / die Betrachtende sollte auf den ersten Blick erkennen können, was gemeint ist.
- Bilder sollten so wenig Details wie möglich haben.
- Das Layout, in das Bilder eingebunden werden, sollte einheitlich sein.

Auch Bilder können Schriften enthalten. Um sie vom restlichen Text abzugrenzen sollten sie sich eindeutig von ihrer Umgebung abheben. Dies kannst du u. a. erreichen durch:

- die Verwendung eines Rahmens,
- eine andere Schriftart und
- durch andere Farben, die aber je nach Funktion einheitlich benutzt werden sollten.

Achte dabei auf eine ausreichend große Schrift!

Visualisieren mit Schaubildern, Diagrammen oder Mind-Maps

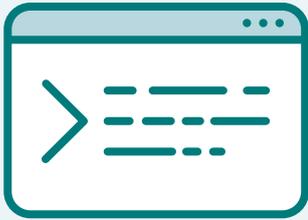
Durch in die Präsentation eingefügte Diagramme oder Mind-Maps kann der / die Zuhörer/-in sehr schnell einen Sachverhalt begreifen, der sonst möglicherweise ausführliche Erklärungen benötigen würde. Achte darauf, dass die Schaubilder oder Auflistungen nicht zu kompliziert sind.

Damit die Informationen auch zugeordnet werden können, müssen Quellenangaben bei den Schaubildern, Diagrammen und Mind-Maps stehen.

Medium	Einsatzmöglichkeiten	Zu beachten	Vorteile	Nachteile
Overhead-Projektor / Dokumentenkamera	Mit einem Overhead-Projektor können transparente Folien auf eine Leinwand oder eine weiße Wand projiziert werden.		<ul style="list-style-type: none"> Folien können einen Vortrag sehr variabel gestalten. Einzelne Folien können weggelassen werden. Gibt es fast überall 	<ul style="list-style-type: none"> Zuhörer/-innen können von der Information „erschlagen“ werden, wenn zu viele Folien aufgelegt werden oder die Folien zu viele Informationen beinhalten. Die Präsentation ist abhängig von der Beleuchtung. Ohne Abdunklung kann man den Projektor nicht gut einsetzen.
Beamer	Ein Beamer kann das Bild, das ein Rechner auf dem Monitor anzeigt, auf eine Leinwand projizieren, ähnlich wie das beim Overhead-Projektor mit Folien geschieht (siehe oben).	<ul style="list-style-type: none"> Bildschirmauflösung beachten: Eine Auflösung von 800 x 600 oder 1024 x 768 verwenden! Vor der Präsentation unbedingt mit der Bedienung des Beamers vertraut machen! 	<ul style="list-style-type: none"> Ermöglicht die Darstellung computergestützter Präsentationen. Zeilen können bei PowerPoint-Präsentationen nacheinander eingeblendet werden. Fotos, Programme etc. können gezeigt werden. 	<ul style="list-style-type: none"> Darstellung abhängig von den Lichtverhältnissen. Der Raum darf nicht zu hell sein. Die Handhabung ist nicht einfach und sollte daher zuvor getestet werden.
Flipchart	Die Inhalte können entweder vorbereitet sein oder während der Präsentation entstehen. Blätter, die immer sichtbar sein sollen, werden an der Wand befestigt.	<ul style="list-style-type: none"> Leserlich schreiben Ausreichend große Schrift wählen Dicke Filzstifte verwenden Nur Stichworte, keine ganzen Sätze Farben benutzen (z. B. Rot für wichtige Aussagen und Grün für technische Hilfsmittel) 	<ul style="list-style-type: none"> Informationen lassen sich plakativ gestalten. Beiträge von Teilnehmenden können spontan aufgeschrieben werden. Der Einsatz ist unabhängig von den Lichtverhältnissen im Raum. 	<ul style="list-style-type: none"> Die Blätter können nicht einfach in eine andere Reihenfolge umsortiert werden. Daher kann man sie fast nie noch mal einsetzen. Die Qualität hängt von der Handschrift ab. Nur lesbar, wenn man in der Nähe des Flipcharts sitzt.

Medium	Einsatzmöglichkeiten	Zu beachten	Vorteile	Nachteile
Pinnwand	An eine Pinnwand kann man einfach mit Nadeln Karten anheften. Zusammenhänge lassen sich gut darstellen, indem man für jede Teilinfo eine Karte nutzt.	<ul style="list-style-type: none"> • Verwendung unterschiedlich geformter Karten und unterschiedlicher Farben für verschiedene Informationen • Die Pinnwand sollte von dem / der Vortragenden nicht verdeckt werden. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte können Schritt für Schritt präsentiert werden. • Inhalte können mit dem Publikum erarbeitet und sofort sichtbar gemacht (visualisiert) werden. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bei größerem Abstand zur Pinnwand sind Inhalte schwer lesbar.
Tafel	Eine Tafel gibt es in jedem Klassenzimmer. Sie kann bei der Visualisierung einzelner Zusammenhänge helfen.	<ul style="list-style-type: none"> • Die Schrift sollte groß und leserlich sein. 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfache Handhabung. • Geschriebenes kann leicht korrigiert werden. • Sachverhalte können Schritt für Schritt entwickelt werden. 	<ul style="list-style-type: none"> • Geschriebenes kann nicht dauerhaft festgehalten werden (evtl. Foto für Dokumentation machen). • Farbeinsatz ist nur bedingt möglich.





Programmieren

Auf einen Blick

Think, make, move

Was hat eine Himbeere mit Computern zu tun? Wie bringe ich eine Katze zum Laufen? Ist „Python“ wirklich eine Schlange? Und kann man mit einem Computerprogramm Spaghetti kochen? In diesem Kapitel lernst du die Grundsätze des Programmierens kennen.

Inhalt

Die Welt der Algorithmen	141
Grundlegende Begriffe der imperativen Programmierung	142
Programmiersprachen	143
Scratch	143
Swift	148
Boards und Computer zum Programmieren	149

Die Welt der Algorithmen

Unsere Welt besteht zunehmend aus algorithmischen Strukturen. Prinzipiell ist ein Algorithmus eine Reihe von schrittweisen Anweisungen zur Lösung eines Problems. Ein Algorithmus funktioniert vereinfacht gesagt also wie ein Rezept oder eine Bastel- oder Bauanleitung. Auf den technischen Bereich übertragen heißt das: Maschinen treffen Entscheidungen nach bestimmten, vorab von Menschen definierten Abläufen. Das kann zum Beispiel ein Ablauf in einem Industriebetrieb sein, der durch Maschinen gesteuert wird. Ebenso kann das aber auch die Werbeeinblendung auf einer Website sein, die durch Daten aus dem bisherigen Leben, verwendeten Suchbegriffen und vorher besuchten Websites beeinflusst wird. Um die Welt der Algorithmen besser zu verstehen, bieten sich kleine Programmierprojekte an. Ihr als Smepper könntet z. B. ein eigenes Spiel programmieren.

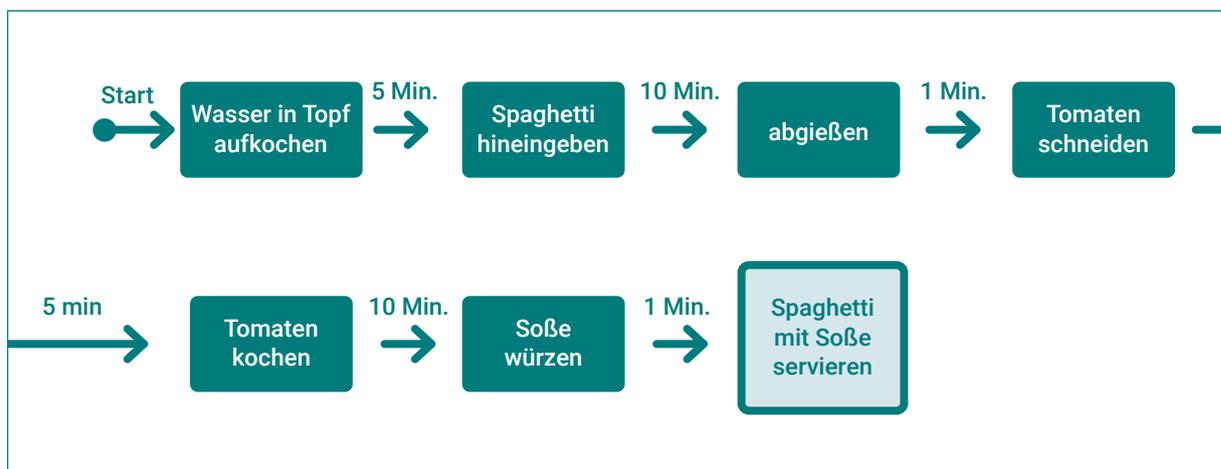
Programmierte Algorithmen

Unter „Programmieren“ versteht man die Erstellung eines Softwareentwurfs. Es gibt verschiedene Programmiersprachen, die verwendet werden können (auf Seite 143 erfährst du mehr über Programmiersprachen). Durch ein Übersetzungsprogramm – ein Compiler – wird die Programmiersprache für Maschinen verständlich. Maschinen oder Computer brauchen eindeutige Abfolgen von Handlungsanweisungen, die geordnet und strukturiert durchgeführt werden. Man spricht auch hier von einem Algorithmus – einer eindeutigen Handlungsvorschrift zur Lösung eines Problems.

Die eindeutige Handlungsvorschrift kann mit einem Rezept verglichen werden: Wenn du Spaghetti mit Tomatensoße kochst, dann verfolgst du einen bestimmten Algorithmus.

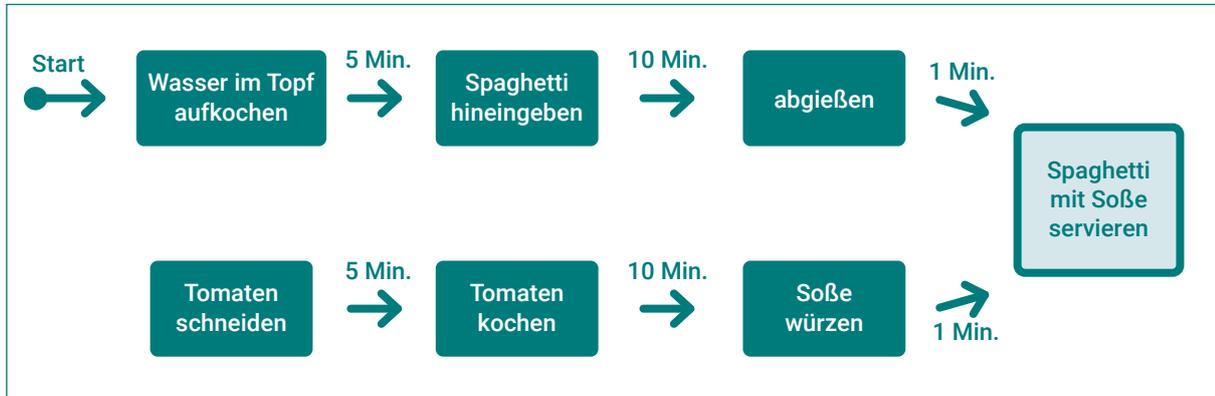
In der Regel wird ein Algorithmus vom Computer sequenziell, also einen Schritt nach dem anderen, ausgeführt. Genau das kann auch in einem Computerprogramm abgebildet werden. Ein Programm soll dabei eine eindeutige Vorschrift formulieren, nach welcher der Computer arbeitet.

Sequenziell:



Um Zeit zu sparen, könnte man in diesem Beispiel die Tomatensoße vorbereiten, während die Spaghetti kochen. So ein Programm wird als „parallel“ bezeichnet.

Parallel:



In diesem Fall konnten wir durch paralleles Arbeiten zwar doppelt so schnell das Rezept kochen, benötigen aber auch zwei Kochtöpfe. Zusätzlich sind parallele Algorithmen meist etwas komplizierter zu programmieren.

Grundlegende Begriffe der imperativen Programmierung

Werden Algorithmen in Befehlsform festgelegt, spricht man von der imperativen Programmierung. Computer müssen mit Daten arbeiten. Diese Daten sind entweder feste Größen, also Konstanten, oder sie sind nicht fest und werden in Platzhalter eingefügt, sogenannte Variablen. Dabei können verschiedene Variablen verwendet werden, z. B. Zeichenketten (Text), Zahlen, Prozentwerte, Datumsangaben u. ä. Beim Beispiel „Spaghetti kochen“ könnte das die Menge der Spaghetti oder der Grad der Weichheit der Nudeln sein.



Damit mit Variablen gearbeitet werden kann, braucht ein Programm gewisse Kontrollstrukturen. Das kann, wie bei einer Straße, eine Verzweigung sein, an der entschieden werden muss, wie es weiter geht. Manchmal müssen Prozesse mehrfach wiederholt werden, weil z. B. immer dieselbe Ausgabe auf dem Bildschirm erzeugt werden soll, bis ein bestimmtes Ereignis eintritt o. ä. Das formuliert man in einem Computerprogramm über eine Schleife. Es gibt unterschiedliche Schleifentypen, denn Computer können weitere Berechnungen im Hintergrund ausführen, während etwas anderes ausgegeben wird. Computer sind wirklich multitaskingfähig.

Um schließlich ein Konzept in ein Programm übersetzen zu können, bedarf es einer Sprache, die nach bestimmten Regeln funktioniert: die Programmiersprache.

Programmiersprachen

Es existieren sehr viele unterschiedliche Programmiersprachen, die etwa seit 1956 entwickelt werden. Eine Übersicht der aktuell beliebtesten Programmiersprachen kannst du auf dieser Website finden: <https://github.info/>

Beispielsweise wurde und wird das Betriebssystem Microsoft Windows in C und C++ programmiert. Das Spiel „Minecraft“ läuft auf den meisten bekannten Geräten, denn es wurde in Java, einer plattformunabhängigen Programmiersprache, programmiert. Programmiersprachen ähneln sich insofern, dass sie alle Programme in Maschinencodes übersetzen, damit diese von einem Computer überhaupt ausgeführt werden können. Für Menschen sind Maschinencodes nur schwer lesbar.

Die meisten Sprachen unterscheiden sich vor allem durch ihre Anwendungsfälle, das heißt manche Programme lassen sich leichter in einer bestimmten Programmiersprache schreiben als in anderen. Prinzipiell ist es aber mit allen modernen Programmiersprachen möglich, ein beliebiges Programm auch in einer anderen Programmiersprache zu schreiben.

Da sich mehrere Programmiersprachen ähneln, gibt es bestimmte Kategorien, wie die „objektorientierte Programmierung“ (Object-oriented programming, OOP) oder die „funktionale Programmierung“ (FP).

Objektorientierte Programmierung

In der objektorientierten Programmierung teilt man ein Programm in Klassen, Unterklassen und Objekte auf. Eine Klasse könnte z. B. „Nudeln“ sein, eine Unterklasse wäre dann „Spaghetti“ und ein Objekt dieser Unterklasse wären „die Spaghetti, die ich gerade im Topf habe“. Beispiele für objektorientierte Programmiersprachen sind: Java, C# und C++.

Funktionale Programmierung

In der funktionalen Programmierung teilt man ein Programm in Funktionen auf. Es würde also nur die „Kochfunktion“ geben, der ich einen Topf und die Spaghetti zuordnen kann, um gekochte Nudeln zu erhalten. Beispiele für funktionale-Programmiersprachen sind: Haskell, Lisp und Clojure.

Außerdem gibt es Programmiersprachen, welche sich besonders für die Schule eignen, da sie zwar alle Elemente von Programmiersprachen enthalten, jedoch auf komplexe Strukturen in der Schreibweise verzichten. Dazu gehören Scratch (MIT-Scratch-Team) und Swift (Apple mit Swift Playgrounds, iPad-Version).

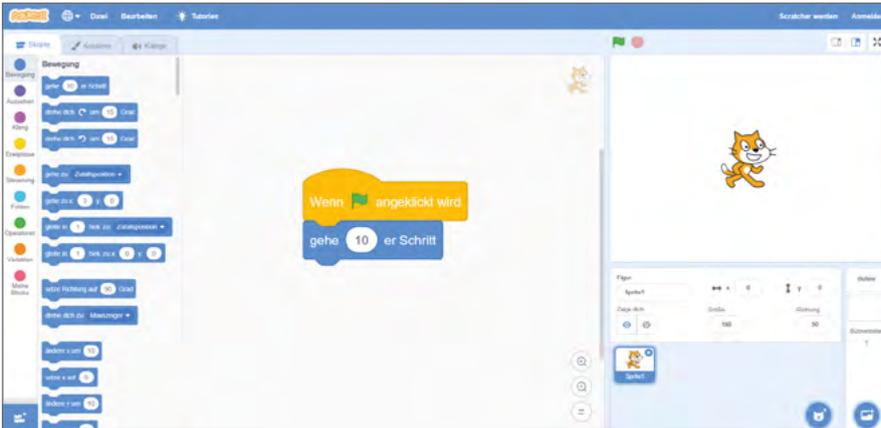
Scratch

Scratch ist eine grafische Programmiersprache, die vor allem für Kinder und Jugendliche entwickelt wurde. Mit der Seite: <https://scratch.mit.edu/> steht eine Plattform zur Verfügung, mit welcher Scratch-Projekte realisiert werden können.

Projekte können erst nach der Anmeldung gespeichert werden. Scratch wurde 2007 vom MIT (Massachusetts Institute of Technology) veröffentlicht und war von Anfang an auf das eigene Ausprobieren ausgelegt.

Auf der Startseite von Scratch können Projekte anderer Scratch-Nutzer gesucht werden. Diese können dann auch in der Darstellung der Arbeitsfläche, also mit sichtbarem Code, angezeigt werden, wenn man auf den blauen „Schau-hinein-Button“ drückt.

Wenn man sich die Editor-Oberfläche (auf „Entwickeln“ oben links klicken) anschaut, dann sieht man, dass viele Elemente selbsterklärend sind. Um zu starten, muss das Programm ein Ereignisfeld haben, zum Beispiel: „Wenn Flagge angeklickt wird“, dann passiert der darunter angehängte Befehl: Die Katze geht einen 10er-Schritt nach vorne (siehe Screenshot).



Screenshot: Benutzeroberfläche von Scratch, <https://scratch.mit.edu/>

Die Katze laufen lassen

Die Scratch-Katze hat beim Starten schon zwei Kostüme, mit denen eine einfache Bewegung simuliert werden kann.

Übernimm das Programm aus der Abbildung (rechts) und beantworte die entsprechenden Fragen. In der Abbildung wird das Konzept der Schleife verwendet.

Was passiert, wenn die grüne Flagge angeklickt wird?

.....

.....

.....

Was passiert, wenn die Leertaste gedrückt wird?

.....

.....

.....



Screenshot: <https://scratch.mit.edu/>



Unter den folgenden Links gibt es Materialien, die einen einfachen Einstieg in Scratch ermöglichen:

- Das deutsche Scratch-Wiki: <https://de.scratch-wiki.info/wiki/Einsteiger-Tutorials>
- Die offiziellen Scratch-Tutorien findest du, wenn du bei einem Projekt oben auf die Glühbirne drückst: <https://scratch.mit.edu/projects/editor/?tutorial=getStarted>
- www.mathe-insel.de/mathespiele/scratch

Viele der offiziellen Tutorien sind allerdings auf Englisch. Falls dich das verwirrt, kannst du zunächst auf Englisch den Schritten folgen und, indem du auf den Globus oben links drückst, die Sprache auf Deutsch wechseln, um zu sehen, wie die Blöcke auf Deutsch heißen.

Scratch lernen geht natürlich auch, indem du dir fertige Projekte anschaust und dich an diesen orientierst. Im Scratch-Projekt: „Katze läuft hin und her – SMEP“ (<https://scratch.mit.edu/projects/180127410/>) wird ein ähnliches Skript so verändert, dass die Katze hin und her läuft.

Spiele programmieren in Scratch

Scratch eignet sich sehr gut, um kleine 2D-Spiele zu erstellen. Insbesondere Spiele, die eine simple Bedienung haben, wie zum Beispiel sogenannte Idle- oder Clicker-Games, funktionieren sehr gut in Scratch!

Punkte sammeln oder Leben verlieren (Variablen)

Oft gibt es in Spielen Punkte, die man sammeln muss, oder Leben die man nicht verlieren darf, in Scratch benötigen wir hierfür eine sogenannte Variable. Variablen können entweder von all deinen Figuren genutzt werden oder nur von einer bestimmten. Du kannst eine neue Variable erstellen, indem du in der Kategorie „Variablen“ auf den Button „Neue Variable“ klickst. Der Wert der Variable kann nun von all deinen Figuren neu gesetzt, verändert und abgefragt werden! Benutze dieses Prinzip, um Punkte oder Leben in dein Spiel einzubauen. Und vergiss nicht, deinen Punktestand oder die Lebenspunkte am Anfang des Spiels wieder zurückzusetzen!

**Wann genau wird alles gestoppt und die Figur versteckt?
Könnte man die zwei Blockgruppen auch auf zwei Figuren verteilen?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Screenshot:
<https://scratch.mit.edu/>

Interaktion zwischen Figuren (fühlen)

Damit der Spieler jetzt auch die Punkte wirklich einsammeln oder Schaden kriegen kann, müssen wir überprüfen ob eine Figur, wie zum Beispiel eine Münze für Punkte oder ein Stachel für Schaden, unsere Figur berührt. Erstelle eine neue Figur und füge die Blöcke so wie in der Abbildung zu der Figur hinzu.



Screenshot: <https://scratch.mit.edu/>

Wie könntest du die Funktion so abändern, dass nicht mehr gewartet wird, bis der „Mauszeiger“ sondern eine andere Figur berührt wird?

.....

.....

.....

.....

Gewinnen und verlieren (Nachrichten)

Manchmal möchte man zu einem bestimmten, durch den Spieler beeinflussten Zeitpunkt eine Aktion auslösen. So könnte man ein Game-over-Bild anzeigen, wenn der Spieler kein Leben mehr hat, oder ein Gewonnen-Bild, falls der Spieler alle Punkte eingesammelt hat. Hierfür können sogenannte Nachrichten benutzt werden. Diese kannst du überall abschicken und genauso wie bei Ereignissen Aktionen auslösen, wenn diese empfangen werden!

Du kannst eine neue Nachricht erstellen, indem du entweder beim Block „Sende Nachricht an alle“ oder „Wenn ich Nachricht empfangen“ auf den Namen der Nachricht klickst, und dann „Neue Nachricht“ auswählst. Gebe nun den Namen der gewünschten neuen Nachricht ein.



Screenshot: <https://scratch.mit.edu/>

Denke daran, deine Nachrichten richtig zu benennen, damit du später nicht durcheinander kommst.



Im mentoren-net findest du Arbeitsblätter, die dir Beispiele und wichtige Befehle vermitteln. Du kannst diese Arbeitsblätter auch nutzen, wenn du an deiner Schule Scratch-Workshops umsetzen möchtest.



Beispiel für ein SMEP-Projekt: ein Spiel mit Scratch Schritt für Schritt

Hier wird exemplarisch gezeigt, wie in Scratch eigene Programme erstellt werden können:

1. Besuche die Seite <https://scratch.mit.edu/>
2. Klick auf den Link „Entwickeln“ am oberen Rand.
3. In dieser Editoren-Ansicht gibt es am rechten Bildschirmrand ein kleines Fragezeichen oder die „Schritt-für-Schritt-Anleitungen“ sind schon ausgeklappt.
4. Wenn man diesen Anleitungen folgt, wird man strukturiert in die Programmiersprache Scratch eingeführt.

Für ein eigenes SMEP-Projekt kannst du auch das Logo der Schule oder das Logo eurer SMEP-Gruppe verwenden. Achte beim Bild-Upload aber immer auf die Urheberrechte, denn Scratch ist eine Online-Entwicklungsumgebung.

In eurem Spiel könnt ihr sehr gut Inhalte aus der SMEP-Welt verarbeiten, zum Beispiel könnte das Spiel um Einstellungen auf einem Smartphone oder um das Urheberrecht bzw. den Datenschutz gehen. Überlegt euch doch als Gruppe, was ihr gut realisieren könntet. Hier habt ihr die Möglichkeit, euch Notizen zu machen:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

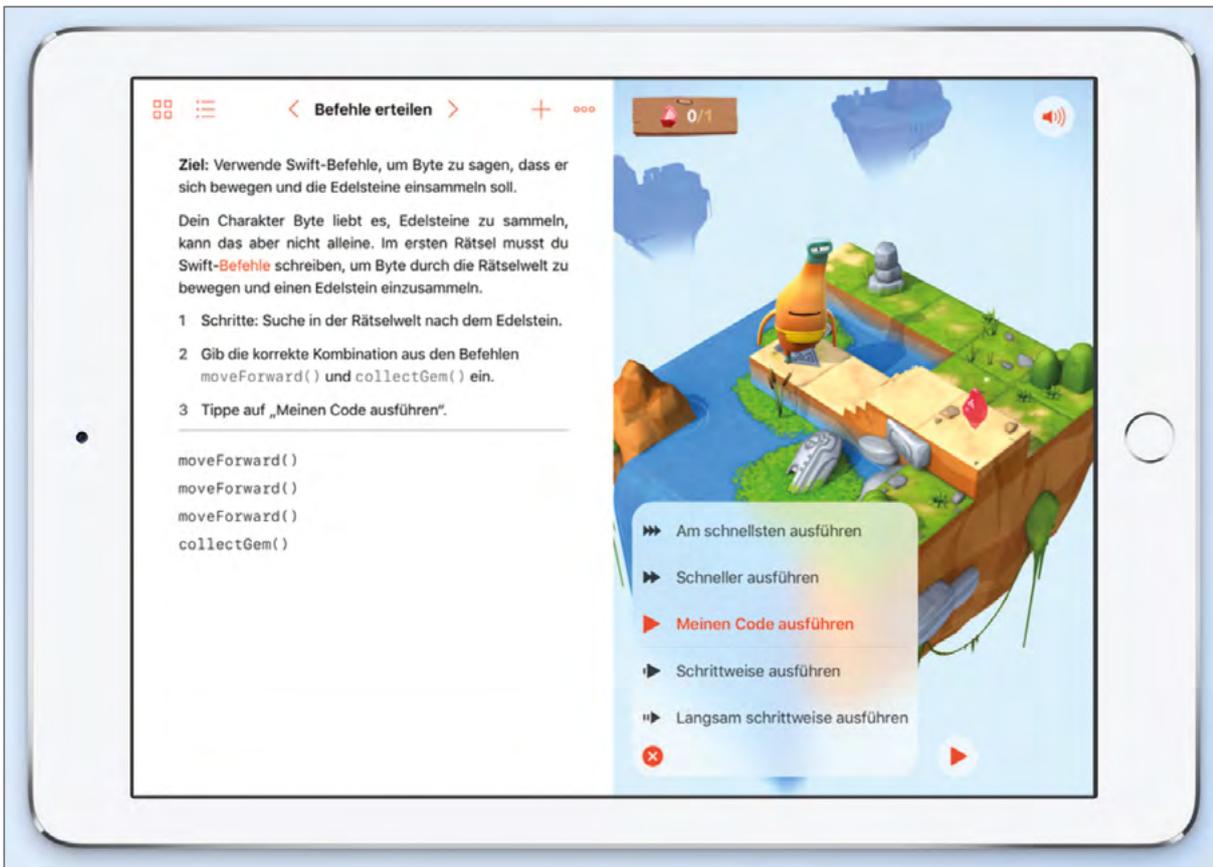
.....

.....

Swift

Swift ist eine Programmiersprache mit der iOS und macOS Anwendungen programmiert werden können. Swift ist nicht grafisch orientiert, wird aber in der App Swift Playgrounds aus dem App Store sehr benutzerfreundlich und leicht lernbar in kleinen, lösbaren Challenges umgesetzt. Wenn du an einer Schule bist, die mit iPads arbeitet, dann hast du hier die Möglichkeit, Programmierung am iPad auszuprobieren.

Auf <https://www.apple.com/de/swift/playgrounds> stellt Apple vor, wie die iPad App funktioniert und wie man damit das Programmieren lernen kann. Swift Playgrounds bietet verschiedene Challenges an, die mit Code gelöst werden müssen. Bei der App muss man sich nicht anmelden und es werden keine personenbezogenen Daten verarbeitet.



Screenshot: <https://www.apple.com/de/swift/playgrounds>

Boards und Computer zum Programmieren

Informatik ergibt besonders da Sinn, wo es um Projekte geht, die wir im Alltag verwenden können. Oft bemerken wir gar nicht, dass wir von elektronischen Systemen umgeben sind, die von einem programmierten Mikroprozessor gesteuert werden. Wenn in deiner Schule plötzlich die Jalousien herunter- oder hochfahren, dann steckt hier wahrscheinlich ein Mikroprozessor dahinter. Im Folgenden dazu drei ausgewählte Beispiele.

Der Raspberry Pi – die „kleine Himbeere“

Der Raspberry Pi ist ein Einplatinen-Computer der Raspberry Pi Foundation. Dieser Computer liegt in mehreren Varianten vor. Auf der Seite <https://www.raspberrypi.org/products> werden die verschiedenen Varianten dargestellt und mit ihren technischen Details vorgestellt. Auf diesem Computer kann ein Linux Betriebssystem ausgeführt werden, welches von der Seite www.raspberrypi.org heruntergeladen werden kann.

Das Raspian System ist ein vollwertiges Linux Computer-System, welches standardmäßig mit LibreOffice ausgeliefert wird.

Raspian bietet neben der Möglichkeit, per Texteingabe Programme zu installieren, auch den grafischen Installationsweg über die Menüs am oberen Bildschirmrand. Der Raspberry Pi kann sehr vielseitig eingesetzt werden, denn er bringt schon bei der ersten Installation eine Version von Scratch und Entwicklungsumgebungen für andere Programmiersprachen mit und natürlich auch alle Optionen, die ein vollwertiger PC bietet.



Linux ist ein freies Betriebssystem von Linus Torvalds – einem finnischen Informatiker. Das ist quasi ein riesiges Programm, das den Betrieb eines Computers steuert, so wie Microsoft Windows oder Apple OS. Auf das Betriebssystem können verschiedene Programme geladen werden.

Arduino – ein Open-Source-Projekt, das interaktive Projekte ermöglicht

Im Gegensatz zum Raspberry Pi ist ein Arduino kein eigenständiger PC und kann auch nicht als Desktop Betriebssystem eingesetzt werden. Auf einen Arduino wird Softwarecode kopiert, den man in der Arduino Entwicklungsumgebung, die für alle PC-Systeme vorliegt, schreibt. Der Code, den der Arduino versteht, ist nicht grafisch orientiert und es braucht ein gewisses Maß an Übung, um fertige Programme zu entwickeln. Es ist möglich, mit einem Raspberry Pi einen Arduino zu programmieren und Code auf die Arduino Platine zu kopieren. Mit Arduinos werden sehr viele Projekte umgesetzt, wie zum Beispiel eine Feinstaubmessenanlage.

Calliope mini – ein Board mit vielen Sensoren

Wenn man ein Arduino Board kauft, dann befindet sich auf der gekauften Platine kein Sensor. Die Sensoren muss man extra erwerben. Auf einem Calliope mini sind mehrere Sensoren verbaut, die direkt verwendet werden können.

Sensoren sind – ähnlich den Sinnesorganen beim Menschen – die Stellen, mit denen die Umwelt wahrgenommen werden kann. Ein Lagesensor misst die horizontale Lage, ein Lichtsensor die Stärke des Lichtes und ein Temperatursensor kann die Umgebungstemperatur messen.

Der Calliope mini hat seine eigene Entwicklungsumgebung, die Open Roberta Scratch sehr ähnlich ist. Von der Website <https://calliope.cc> können die verschiedenen Editoren erreicht werden. Der Calliope mini eignet sich, um kleinere Projekte sehr schnell umzusetzen. Wenn du als Schüler-Medienmentor/-in unterwegs bist, kann dir diese Platine einen guten Zugang zur Programmierung mit anderen Schülern und Schülerinnen bieten. Das Board ist auch für jüngere Schüler/-innen gut geeignet. Ihr findet im Internet viele Materialien, die ihr nutzen könnt, zum Beispiel auf <https://calliope.cc> oder auch <https://www.appcamps.de>.



Tipps für die Umsetzung in der Schule

- Unterstützung suchen: Welche Lehrkraft kann dir helfen? (Geräte, Raum usw.)
- Voraussetzungen klären: Mit welchen Geräten soll programmiert werden? Welche Platine kann verwendet werden? Woher bekommt ihr die Geräte (KMZ)?
- Was soll programmiert werden? (Spiel: Scratch, Motorsteuerung: Arduino oder Calliope)

Modul

Jugend- medienschutz

- 155** Gesetzliche Grundlagen
Welche Gesetze sind zu beachten?
- 161** Datenschutz und Informationsfreiheit
Was steckt hinter dem Begriff „Datenschutz“?
- 169** Urheberrecht im Internet
Was ist das Urheberrecht und was muss ich beachten?
- 177** Verbraucherschutz
Worauf sollte ich achten, wenn ich im Internet einkaufe?
- 191** Big Data
Was hat es mit dem Datensammeln auf sich?
- 201** Smartphone und Apps
Welche Chancen und Risiken bietet eigentlich mein Smartphone?

213 Kommunikation und Selbstinszenierung im Netz
Wie sollte ich mich im Internet darstellen?

223 YouTube
Was steckt eigentlich hinter dem Phänomen YouTube?

231 Mobbing und Cybermobbing
Was ist (Cyber-)Mobbing und was kann ich dagegen tun?

239 Hatespeech
Was ist mit Hatespeech gemeint und wie äußert sich das?

251 Fake News
Warum sind Fake News im Netz so gefährlich?



Gesetzliche Grundlagen

Auf einen Blick

In diesem Kapitel erfährst du etwas über die gesetzlichen Maßnahmen, die durch den Staat und von öffentlichen Stellen „zum Schutz der Jugend“ gerade auch im Hinblick auf Medien ergriffen werden und bekommst Hinweise zu Beratungsstellen, an die du dich wenden kannst, wenn du selbst oder jemand in deinem Umfeld Beratung in diesem Bereich benötigt.

Inhalt

Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)	157
Strafgesetzbuch (StGB)	157
Jugendschutzgesetz (JuSchG)	157
FSK und USK	158
Jugendmedienschutz-Organisationen	159

Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)

Diesem Staatsvertrag haben sich die Bundesländer Deutschlands angeschlossen und damit eine einheitliche Rechtsgrundlage geschaffen, um Kinder und Jugendliche vor Inhalten zu schützen, die euch in eurer Entwicklung beeinträchtigen oder euch sogar gefährden könnten.



Ausführliche Informationen findest du unter www.kjm-online.de/service/rechtsgrundlagen.

Strafgesetzbuch (StGB)

Bestimmte Medieninhalte dürfen überhaupt nicht veröffentlicht und manche nicht an Minderjährige weitergegeben werden. Solche Medieninhalte nennen sich „jugendgefährdende Inhalte“. Folgende Paragraphen des Strafgesetzbuches (StGB) sind besonders wichtig:

§ 86 StGB regelt das Verbot der Verbreitung von Propagandamitteln verfassungsfeindlicher Organisationen. Dies kann beispielsweise Werbung von rechtsradikalen Gruppierungen, aber auch von gewaltbereiten terroristischen Organisationen sein, die eine Gefahr für den demokratischen Rechtsstaat bedeuten.

§ 130 StGB Volksverhetzung. Dies bedeutet, Menschen aufgrund ihrer Herkunft und Religion gegeneinander zu Gewalttaten aufzufordern.

§ 131 StGB Darstellung unmenschlicher Gewalttätigkeit gegen Menschen.

§ 184 StGB Weitergabe von pornografischen Schriften an Minderjährige unter 18 Jahren.



Weitere Informationen und alle Paragraphen gibt es unter www.gesetze-im-internet.de/stgb/.

Jugendschutzgesetz (JuSchG)

Die sogenannte Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien hat die Aufgabe, Alterskennzeichnungen zu erarbeiten und damit Filme, Computerspiele sowie Trägermedien (z. B. Blu-ray-Discs) zu kennzeichnen. Die Alterskennzeichnungen sind keine Altersempfehlung, sondern besagen, ab welchem Alter dieses Medium genutzt werden darf.



Mehr Informationen findest du unter www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/gesetze/jugendschutzgesetz/86286.

FSK und USK

Die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) und die Freiwillige Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) prüfen Online- und Offline-Angebote in den Bereichen Film und Fernsehen sowie Unterhaltungssoftware, zum Beispiel Online- und Konsolenspiele, im Hinblick auf das Jugendschutzgesetz. Wichtige Kriterien sind beispielsweise die Darstellung von Gewalt, Erotik, Angst oder andere jugendgefährdende Inhalte, die im Medium vorkommen.

Folgende Altersbeschränkungen gibt es:

- keine Altersbeschränkung (ab 0 Jahren)
- ab 6 Jahren
- ab 12 Jahren
- ab 16 Jahren
- keine Jugendfreigabe (ab 18 Jahren)

Die FSK und die USK richten sich nach gesetzlichen Vorgaben und können nicht als pädagogische Empfehlung betrachtet werden, da die Altersunterschiede zwischen den verschiedenen Stufen zu groß sind und filmische Besonderheiten nicht berücksichtigt werden. Außerdem verändern sich Gewohnheiten im Laufe der Zeit: Filme, die Kindern vor 20 Jahren womöglich Angst einjagten, wirken heute „harmlos“, zum Beispiel, weil die Effekte veraltet wirken und auch für Jüngere erkennbar ist, dass es sich um Filmtricks handelt.



Pädagogische Altersempfehlungen findest du für Film und Fernsehen auf www.fimmo.de und www.kinofenster.de sowie für Spiele auf www.spieleratgeber-nrw.de.

Jugendmedienschutz-Organisationen

Staatliche Institutionen (Bund und Länder)

- Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (www.bundespruefstelle.de)
- Jugendschutz.net (www.jugendschutz.net)
- Kommission für Jugendmedienschutz (www.kjm-online.de)
- Aktion Jugendschutz (in Baden-Württemberg: www.ajs-bw.de)
- Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle:
 - Fernsehen = FSF
 - Filme = FSK
 - Unterhaltungssoftware = USK
 - Multimedia-Dienste = FSM
 - Digitale Apps und Spiele = IARC (International Age Rating Coalition, übersetzt: Internationaler Alterseinstufungs-Zusammenschluss)

Wichtige Internetadressen zum Jugendmedienschutz und zur Sicherheit im Internet

- www.lmz-bw.de/medienbildung
- www.sicher-im-netz.de
- www.klicksafe.de
- www.schau-hin.info
- www.kindermedienland-bw.de
- www.polizei-beratung.de/medienangebot/jugendschutz.html

Jugendseiten

- www.internauten.de
- www.juuuport.de
- www.datenparty.de
- www.handysektor.de
- www.time4teens.de
- www.youngdata.de
- www.checked4you.de





Datenschutz und Informationsfreiheit

Auf einen Blick

Der Datenschutz ist ein wichtiges Thema, das vor allem durch die aktuellen Diskussionen um IT-Riesen, wie Google, Amazon, Apple oder Facebook bzw. Meta, im öffentlichen Bewusstsein ist. Seit dem 25. Mai 2018 gilt die aktuelle EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO). Das einheitliche Regelwerk für alle EU-Mitgliedsstaaten umfasst neben den allgemeinen Datenschutzbestimmungen auch neue Regelungen, zum Beispiel das „Recht auf Vergessen“ und das „Recht auf Datenübertragbarkeit“. Was dahintersteckt, erfährst du in diesem Kapitel.

Inhalt

Datenschutz	163
Personenbezogene Daten	163
Datenschutz und die informationelle Selbstbestimmung	164
Datenschutz in Sozialen Netzwerken	165
Datenschutz in Deutschland und Europa	166
Hilfe bei Fragen und Anliegen zum Datenschutz	167
Die Informationsfreiheit	168

Datenschutz

Recherchiert man im Internet den Begriff „Datenschutz“, so trifft man oft auf Formulierungen wie „Datenschutz dient dem Schutz personenbezogener Daten“ oder ähnlich unklare Begriffsdefinitionen. Gelegentlich kommt es auch zu Verwechslungen mit dem übergeordneten Begriff der „Datensicherheit“, bei dem es um den generellen Schutz von Daten geht. Darunter fällt z. B. das Erstellen von Datenträger-Back-ups als typische „technische Maßnahme“ zur Datensicherheit. In solchen Fällen geht es darum, Daten verfügbar zu halten, auch wenn ein Datenträger verlorengehen oder nicht mehr funktionieren sollte.

Datenschutz bedeutet, dass jeder Mensch das Recht hat, selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner Daten zu bestimmen. Anders formuliert heißt das, der Datenschutz soll den oder die Bürger/-in vor der Neugier des Staates und dem Datenhunger der Wirtschaft schützen. Wer Daten von anderen verwenden möchte, muss die Person vorher um Einwilligung bitten und den Zweck der Datenerhebung nennen.

Personenbezogene Daten

Um Datenschutz besser verstehen zu können, muss man sich zunächst mit dem Begriff der „personenbezogenen Daten“ beschäftigen. Hierzu findet sich in der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sinngemäß die folgende Definition:

„Personenbezogene Daten sind alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person (betroffene Person) beziehen“

Typische Beispiele personenbezogener Daten sind:

- (Vor-)Name
- Adresse
- Geburtsdatum
- E-Mail-Adresse
- Personalausweisnummer
- Einzelangaben, wie Geschlecht, Größe, Haarfarbe etc.

Beispiele sogenannter besonderer Kategorien personenbezogener Daten sind:

- politische Meinung
- Religionszugehörigkeit
- Angaben zur Gesundheit

Personenbezogene Daten sind somit Angaben, die Rückschlüsse auf eine Person zulassen und durch die Menge der Einzelangaben unter Umständen ein detailliertes Bild der Person ermöglichen.

Überlegt und diskutiert gemeinsam: Stellt das KFZ-Kennzeichen eine personenbezogene Information dar? Warum (nicht)? Und wie steht es um die IP-Adresse deines Computers oder Smartphones? Haltet eure Gedanken und neuen Informationen hier fest:

.....

.....

.....

.....

.....

Wenn du deine Daten als ein schützenswertes Gut verstehen lernst und im Internet aufpasst, dass du nicht zu viele Informationen preisgibst, werden auch weniger nervige Werbemails, Anrufe oder Anzeigen bei dir landen.



Ist es überhaupt möglich, keine Daten im Internet zu hinterlassen? Mehr dazu findest du im Kapitel Big Data.

Ein weiteres Problem ist, dass es mit personenbezogenen Daten zu einem Identitätsdiebstahl kommen kann. Bei einem Identitätsdiebstahl werden gestohlene personenbezogene Daten einer Person verwendet, um beispielsweise einen Kredit zu bekommen. Dieser Kredit wird dann jedoch nicht an den / die Eigentümer/-in der personenbezogenen Daten ausgezahlt, sondern an den / die Identitätsdieb/-in. Schuldner/-in des Kredits wird dann jedoch die Person sein, deren Daten gestohlen wurden. Auch bei Cybermobbing kommt es oft zu Identitätsdiebstahl, wenn jemand ein gefälschtes Profil im Namen einer Person anlegt, um dieser damit zu schaden.

Datenschutz und die informationelle Selbstbestimmung

Der Datenschutz dient dem Schutz personenbezogener Daten, indem er das Grundrecht auf „informationelle Selbstbestimmung“ wahrt – also das Recht jedes / jeder Einzelnen, „grundsätzlich selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner personenbezogenen Daten zu bestimmen“. Durch dieses Recht bleibt es jedem Menschen selbst überlassen, ob und was er z. B. im Internet oder in den Sozialen Netzwerken von sich preisgibt und was andere damit machen dürfen oder eben nicht.

Durch das „Recht auf informationelle Selbstbestimmung“ (Grundrecht auf Datenschutz jedes Bürgers und jeder Bürgerin in Deutschland) ist die Erhebung oder Verwendung von Daten zu unbestimmten Zwecken unzulässig (Verbot der Vorratsdatenspeicherung).

Allerdings stößt die informationelle Selbstbestimmung an Ihre Grenzen, wenn z. B. durch die Selbstbestimmung einer Person die Rechte von anderen beeinträchtigt werden.

Diskutiere in deiner SMEP-Gruppe über die Grenzen der informationellen Selbstbestimmung bei den folgenden Szenarien:

- Du testest dein Geburtstagsgeschenk – eine Drohne mit Videocam – in deinem Wohnviertel und überfliegst dabei auch andere Grundstücke.
- Im Chat wird über die letzte Mathearbeit diskutiert. Dabei kommt es auch zu fiesen Äußerungen über die Mathematiklehrerin.
- Über den WhatsApp-Klassenchat kommst du an die Telefonnummer eines Mitschülers, der dir seine Nummer eigentlich nicht geben wollte.

Am Beispiel des staatlichen Auftrages der Schulen zeigt sich eine weitere Einschränkung der informationellen Selbstbestimmung: Damit Schulen sinnvoll den ihnen per (Schul-)Gesetz vorgeschriebenen Erziehungs- und Bildungsauftrag erfüllen können, müssen sie zwingend auch die erforderlichen personenbezogenen Daten der Schüler/-innen verarbeiten können (z. B. Namen, Adresse). Dies zeigt, dass der / die Einzelne in Fällen eines sogenannten überwiegenden Allgemeininteresses Einschränkungen bezogen auf sein / ihr Recht akzeptieren muss.

Grundsätzlich gilt beim Datenschutz jedoch das sogenannte Verbot mit Erlaubnisvorbehalt, welches besagt, dass die Verarbeitung personenbezogener Daten verboten ist, es sei denn es gibt eine Erlaubnis dafür. Dies kann beispielsweise eine gesetzliche Regelung im Schulgesetz oder auch das berechnete Interesse des Fußballvereins sein, der die Bilder seiner Mitglieder auf der Website veröffentlicht.

Die Verwendung von Einverständniserklärungen

Man kann auch in die Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten einwilligen. Eine solche Möglichkeit ist aber an strenge Bedingungen geknüpft: Einwilligungen müssen immer freiwillig sein, d. h. der betroffenen Person darf kein Nachteil entstehen, wenn sie nicht in die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten eingewilligt hat. Außerdem muss eine erteilte Einwilligung genauso leicht zu widerrufen sein, wie sie erteilt wurde. Natürlich muss aus dem Einwilligungstext auch der Zweck der Verarbeitung hervorgehen.

Datenschutz in Sozialen Netzwerken

Da viele Konzerne, wie zum Beispiel Meta (dazu gehören Facebook, Instagram und WhatsApp), den Firmensitz in den USA haben und dort andere Datenschutzbestimmungen gelten als in Deutschland, wird das deutsche Datenschutzgesetz nicht beachtet bzw. werden auch Datenschutzgesetze anderer europäischer Länder häufig ignoriert.

Das heißt also, dass dort der Schutz eurer Daten nicht nach geltenden deutschen Richtlinien gewährleistet ist. Die Unternehmen versuchen, möglichst viele persönliche Daten zu sammeln, um sie an andere Firmen (z. B. Werbekunden) zu verkaufen oder Dritten speziell auf den / die Nutzer/-in zugeschnittene Werbung zu ermöglichen. Damit verdienen sie viel Geld. Das Herauslocken von persönlichen Daten in Sozialen Netzwerken steht im Gegensatz zum „Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung“.

Schau dir die Datenschutzerklärung von TikTok an (<https://www.tiktok.com/legal/privacy-policy-eea?lang=de>). Hier wirst du darüber informiert, welche Daten TikTok von dir sammelt und verwendet. Was fällt dir auf? Mach dir Stichpunkte zu wichtigen Stellen:



Eigentlich ist es jedem Menschen selbst überlassen, wie viele Daten zur eigenen Person er oder sie angibt. Der Angabe von persönlichen Daten und der späteren Verwendung von personenbezogenen Daten durch die Unternehmen (Verkauf, Weiterleitung etc.) müssen die Nutzer/-innen zustimmen. Vor allem in Sozialen Netzwerken wird den Nutzern und Nutzerinnen die Zustimmung vielfach durch unverständliche AGBs (Allgemeine Geschäftsbedingungen) entlockt, um dann aus den verschiedenen Aktivitäten Nutzerprofile zu erstellen.



Mehr Infos zu Sozialen Netzwerken erhältst du im Kapitel „Kommunikation und Selbstinszenierung im Netz“.

Datenschutz in Deutschland und Europa

Historisch betrachtet ist Deutschland mit der Verabschiedung des hessischen Datenschutzgesetzes im Jahre 1970 ein echter Pionier! Bis dahin hatte weltweit kein anderes Land ein Datenschutzgesetz. Das Recht auf informationelle Selbstbestimmung wurde allerdings erst im Jahre 1983 entwickelt. Auslöser hierzu war eine geplante Volkszählung, die bei der Bevölkerung großes Misstrauen erregte und letztlich zu einer Klage vor dem Bundesverfassungsgericht führte. In ihrem Urteil definierten die Richter dann die informationelle Selbstbestimmung als ein Grundrecht, das sie aus dem im Grundgesetz verankerten allgemeinen Persönlichkeitsrecht ableiteten (www.datenschutz-wiki.de/informationelle_Selbstbestimmung). Seither schützt dieses Grundrecht die Freiheit der Menschen, selbst zu entscheiden, wer, was, wann und bei welcher Gelegenheit über sie weiß.

Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und die jeweiligen Landesdatenschutzgesetze (LDSG) tragen dazu bei, das Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung zu verwirklichen (www.baden-wuerttemberg.datenschutz.de/gesetzeverordnungen). Ob nun das BDSG oder das jeweilige LDSG zur Anwendung kommt, hängt davon, ob Daten durch eine „öffentliche Stelle“ (wie z. B. eine Behörde) oder eine „private Stelle“ (z. B. eine Firma) verarbeitet werden. Sowohl das BDSG als auch das jeweilige LDSG regeln das Verarbeiten personenbezogener Daten, sofern es keine besonderen Rechtsvorschriften gibt.

Bei genauerem Hinsehen stellt man fest, dass es in Deutschland neben diesen allgemeinen Datenschutzgesetzen unzählige „besondere Rechtsvorschriften“ des Bundes und der Länder gibt, in denen der Datenschutz „bereichsspezifisch“ geregelt wird.

Die Europäische Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO)

Bei dutzenden verschiedenen Datenschutzgesetzen der EU-Mitgliedsstaaten sowie der Staaten außerhalb Europas gestaltet sich der Schutz von personenbezogenen Daten sehr schwierig. Daher gab es bereits 1996 den Versuch, die verschiedenen Rechtsvorschriften in Europa durch die europäische Datenschutzrichtlinie (95/46/EG) zu vereinheitlichen. Diese beschrieb aber nur Mindeststandards, die in den jeweiligen Mitgliedsstaaten „sichergestellt“ sein müssen. Trotz dieser einheitlichen Mindeststandards sind 28 zum Teil sehr unterschiedliche nationale Gesetze herausgekommen. Angesichts der schnell wachsenden Zahl an Online-Angeboten, war es den internationalen Konzernen daher unmöglich, Websites, Apps und Soziale Netzwerke zu entwickeln, die diese unterschiedlichen Gesetze berücksichtigen.

Mit der EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO), die seit dem 25. Mai 2018 gilt, gibt es inzwischen ein einheitliches Regelwerk für alle EU-Mitgliedsstaaten zum Schutz personenbezogener Daten. Damit existiert für alle Mitgliedsstaaten der EU erstmals ein gleiches und verbindliches Datenschutzrecht, sowohl für den öffentlichen als auch für den privaten Bereich. Und nicht nur das: Dieses europäische Recht gilt weltweit für alle Unternehmen, die mit Menschen in Europa in Kontakt treten – also auch für Facebook, Google, Apple, Amazon und Co.

Mit der EU-DSGVO wurden auch Regelungen zu aktuellen Themen eingeführt, an die zu Zeiten, als es noch kein Internet gab, nicht zu denken war. So kann beispielsweise eine betroffene Person ihr „Recht auf Vergessen“ geltend machen, das die Löschung bestimmter Inhalte auf Websites oder von Suchmaschineneinträgen ermöglicht, sofern die Privatsphäre der Person hierdurch verletzt wurde. Insgesamt sieht die DSGVO vor, dass die Bürger/-innen mehr Informationen darüber erhalten können, welche ihrer Daten zu welchem Zweck und wie lange gespeichert werden, und dies auch mehr beeinflussen können. Darum es ist zum Beispiel Pflicht, dass du beim Abruf einer Website sogenannten Cookies erst zustimmen musst.

Hilfe bei Fragen und Anliegen zum Datenschutz

Vielleicht hast du im Zusammenhang mit der Thematik Datenschutz auch schon von den dafür zuständigen Aufsichtsbehörden gehört. In Deutschland sind das die Dienststelle der Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) sowie die in den jeweiligen Bundesländern zuständigen Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (LfDI).

In Baden-Württemberg überwacht und berät der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit die öffentlichen Stellen nach den Vorschriften des Landesdatenschutzgesetzes (LDSG). Dabei ist er in der Ausübung seines Amtes völlig unabhängig und unterliegt keiner Rechts- und Fachaufsicht. Gleichzeitig ist der LfDI auch die zuständige Aufsichtsbehörde nach dem Bundesdatenschutzgesetz für alle nicht-öffentlichen Stellen in Baden-Württemberg.

Zu den Aufgaben einer Datenschutz-Aufsichtsbehörde gehört aber auch die Sensibilisierung und Aufklärung der Öffentlichkeit für die Risiken, Vorschriften, Garantien und Rechte im Zusammenhang mit der Verarbeitung personenbezogener Daten.

Die Informationsfreiheit

In Artikel 5 Absatz 1 des Grundgesetzes ist neben dem oft zitierten „Recht auf freie Meinungsäußerung“ auch das „Recht zur freien Informationsbeschaffung“ verankert:

„Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten.“

Unter „Informationsfreiheit“ (oftmals auch „Informationszugangsfreiheit“ oder „Informationstransparenz“ genannt) versteht man also das Recht, sich aus „allgemein zugänglichen Quellen ungehindert“ und ohne staatliche Beschränkungen zu informieren. Dies umfasst auch den freien Zugang zu amtlichen Informationen und die Einsicht in Verwaltungsvorgänge bei öffentlichen Stellen. Somit kann beispielsweise der / die Bürger/-in die Frage an seine Gemeindeverwaltung richten, wieviel Geld diese jährlich für den Unterhalt und die Instandhaltung von Schulen und Kindertagesstätten ausgibt oder was z. B. zum Bau des neuen Hallenbades alles in Planung ist.

Gesetzlich geregelt wird dies durch die Informationsfreiheitsgesetze des Bundes (IFG) und der jeweiligen Bundesländer (LIFG) mit dem Ziel, das Vertrauen zwischen dem Staat und seinen Bürgerinnen und Bürgern zu stärken, indem öffentliches Verwaltungshandeln transparenter und nachvollziehbar gemacht wird.

Die Informationsfreiheit findet allerdings ihre Grenzen, wenn beispielsweise der Zugang zu staatlichen Informationen über ein Fachgesetz ausgeschlossen oder speziell geregelt wird. Solche Regelungen gibt es etwa für Umweltinformationen oder Archivgut. Ebenso gibt es Einschränkungen, wenn es um den Schutz öffentlicher und privater Belange geht. So darf etwa der Schriftwechsel zwischen Landtag und der Landesregierung ebenso wenig zugänglich gemacht werden wie Leistungsbeurteilungen einzelner Schulen.

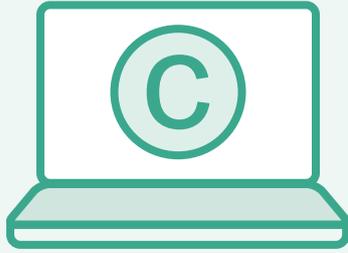
Die Informationsfreiheit in Baden-Württemberg / Landesinformationsfreiheitsgesetz

In Baden-Württemberg wird die Informationsfreiheit durch das Landesinformationsfreiheitsgesetz (LIFG) geregelt, das am 1. Januar 2016 in Kraft getreten ist. Wie schon die Bezeichnung verrät, wacht der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit in Baden-Württemberg dort als zuständige Aufsichtsbehörde über die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen sowie über die Einhaltung des Landesinformationsfreiheitsgesetzes (LIFG).



Weitere Informationen zur Informationsfreiheit allgemein findest du unter www.youngdata.de/-informationsfreiheit/

Infos und FAQs zur Informationsfreiheit und zum LIFG in Baden-Württemberg findest du auf der Website des Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Baden-Württemberg: <https://www.baden-wuerttemberg.datenschutz.de/-informationsfreiheit>



Urheberrecht im Internet

Auf einen Blick

Im Internet werden Konsumenten selbst zu Produzenten. Soziale Netzwerke und Plattformen wie Instagram und YouTube machen dies möglich. du kannst deiner eigenen Kreativität Raum geben und selbst Medien erstellen. Beispielsweise kannst du selbst Musik erstellen, um das eigene Video zu vertonen. Aber nicht jede/-r darf rechtlich gesehen alles posten und hoch- und herunterladen. Wenn du dennoch Audio- oder Bilddateien benötigst, kannst du unter bestimmten Bedingungen auch auf Medien, die mit Creative-Commons-Lizenzen versehen sind, zurückgreifen.

Inhalt

Illegale Downloads	171
Illegale Uploads	171
Legale Downloads	172
Creative-Commons-Lizenz	172

Illegale Downloads

Nicht alles, was technisch möglich ist, ist erlaubt. Der Zugang zu Downloads im Internet ist kinderleicht und p2p-Tauschbörsen (p2p bedeutet peer-to-peer) gibt es wie Sand am Meer. Gerade Tauschbörsen werden oft von Anwaltsbüros überwacht, weshalb man bei illegalen Downloads oder Uploads Abmahnungen mit hohen Geldstrafen bekommen kann.

Oft fehlt das Bewusstsein, dass ein Werk (Kinofilm, Musik-CD, Bilder etc.) eines Urhebers oder einer Urheberin auch Geld kostet. Was wäre, wenn niemand mehr solche Werke produziert, da die Künstler/-innen kein Geld mehr damit verdienen können?

Das musst du dir beim Herunterladen klarmachen!

- Wenn Downloads bekannter Interpreten oder aktueller Kinofilme kostenlos angeboten werden, kannst du davon ausgehen, dass du beim Herunterladen gegen das Urheberrecht verstößt.
- Internettauschbörsen und Downloadportale werden sehr streng überwacht und sind in den meisten Fällen illegal – oder kostenpflichtig.
- Auch bei Streaming-Diensten ist Vorsicht geboten. Bei einigen Plattformen, vor allem solche, auf denen aktuelle Kinofilme angeschaut werden können, werden Urheberrechte bewusst verletzt, um damit Geld zu verdienen. Es ist rechtlich eine Grauzone, ob es sich bei der Nutzung solcher Dienste um eine Straftat handelt. Um sicherzugehen, solltest du lieber auf die zahlreichen legalen Angebote, wie z. B. YouTube, Spotify, Netflix oder die Mediatheken der Fernsehsender, zurückgreifen. Die Nutzung dieser Dienste ist legal. Teilweise fallen hierfür Nutzungsgebühren an, aber es gibt auch werbefinanzierte Angebote.
- Es ist okay, YouTube-Videos herunterzuladen und nur für dich abzuspielen. Wenn du die heruntergeladenen Dateien aber wieder in das Internet hochlädst oder an andere Personen sendest, ist das illegal und somit nicht okay.

Illegale Uploads

Nicht nur illegale Downloads aus dem Internet, sondern auch Uploads von Inhalten anderer Urheber/-innen können zu kostspieligen Abmahnungen führen. Solche Inhalte sind beispielsweise Produktfotos in einem eBay-Angebot oder künstlerische Werke von anderen, wie Fotos, Musik oder Videos. Man darf zum Beispiel aktuelle Musikhits nicht unter die selbstgestellten Videos legen und diese vertonten Videos dann, ohne das Einverständnis des Urhebers oder der Urheberin, auf YouTube hochladen.

Diese Punkte musst du dir vor dem Hochladen mindestens klarmachen:

- **Eigentums- bzw. Urheberrecht:** Du musst Eigentümer/-in, also in der Regel Urheber/-in aller Werke (Bilder, Musik und Videos) sein, die du hochlädst.
- **Nutzungsrecht:** Wenn du fremde Werke verwendest, musst du vorher das Einverständnis für die Online-Veröffentlichung einholen.
- **Markenrecht:** Du darfst keine Bilder ins Netz stellen, auf denen Logos und Marken abgebildet sind.
- **Persönlichkeitsrecht:** Du darfst keine Bilder ins Netz stellen, auf denen Personen zu sehen sind, die kein Einverständnis für die Veröffentlichung ihres Fotos gegeben haben. Das gilt auch für deine Freundin oder deinen besten Freund! Alle Privatpersonen haben das „Recht am eigenen Bild“. Sie müssen also der Verwendung des Bildes, auf dem sie zu sehen sind, zustimmen.



Weitere Informationen, vor allem zu den Kosten, die illegale Up- und Downloads verursachen können, zeigt folgendes Video: www.youtube.com/watch?v=cz3a_dhml9o

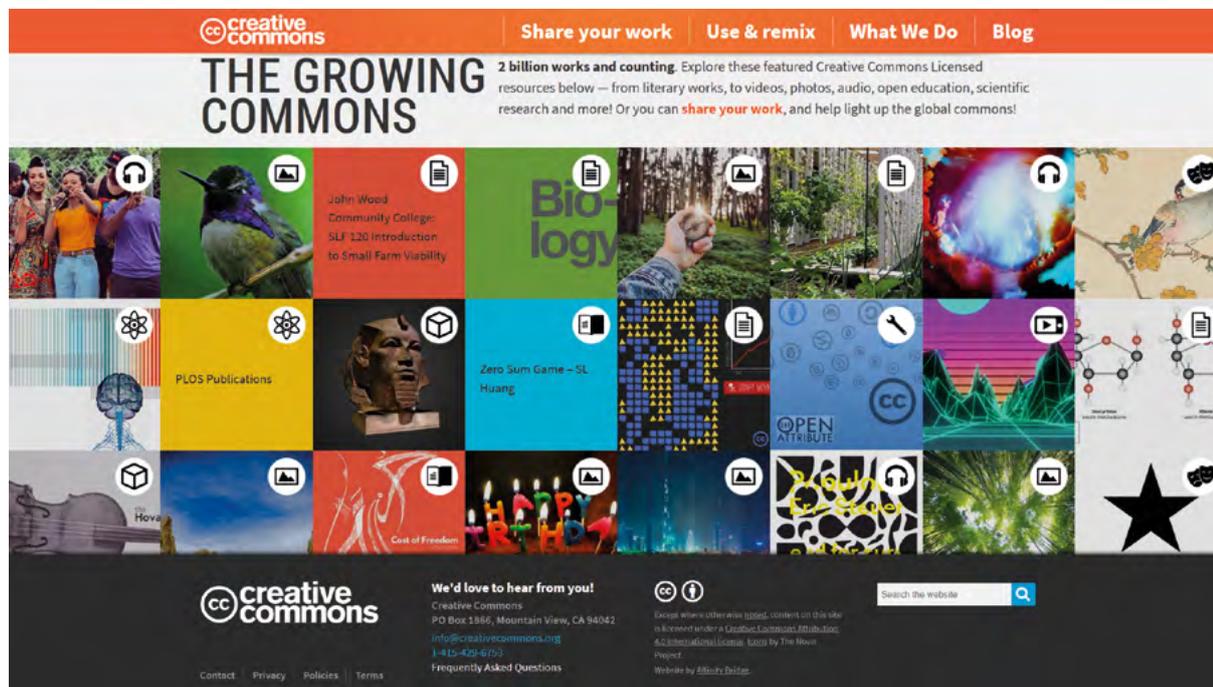
Legale Downloads

Immer mehr kreative Menschen geben ihre Werke zum legalen Download im Internet frei. Durch die Möglichkeit der Creative-Commons-Lizenzen, auch „Jedermannlizenzen“ genannt, können kreative Personen die Lizenzen ihrer Werke selbst bestimmen, sprich die Nutzungs- und Verwertungsrechte regeln. Hierbei kannst auch du aus einer Reihe von Lizenzen auswählen, welche die Verwendung deiner eigenen Werke entweder gänzlich freigeben oder ein paar Auflagen an die Verwendung der Werke binden.

Creative-Commons-Lizenz

Creative Commons (CC) ist eine Non-Profit-Organisation, die Hilfestellung für die Veröffentlichung und Verbreitung digitaler Medieninhalte anbietet. Ganz konkret bietet CC sechs verschiedene Standard-Lizenzverträge an, die bei der Verbreitung kreativer Inhalte genutzt werden können, um die rechtlichen Bedingungen festzulegen.

Die CC-Lizenzen erlauben, dass man zum Beispiel ein Bild unter bestimmten Bedingungen einfach benutzen darf, ohne bei dem / der Urheber/-in nachfragen zu müssen oder etwas dafür zu bezahlen. Ausführliche Informationen zu den Creative-Commons-Lizenzen findest du unter <https://de.creativecommons.net> oder <https://creativecommons.org>.



Immer mehr Menschen stellen ihre Werke unter einer CC-Lizenz bereit. Das Angebot reicht von Bildern über Videos, Musik und Audiodateien, die du z. B. für eigene Videos oder Podcasts nutzen kannst, bis hin zu Büchern oder sogar wissenschaftlichen Studienergebnissen. (Screenshot: <https://creativecommons.org>)

Richtlinien bei der Verwendung von unter Creative Commons lizenzierten Medien

Wenn ein kreativer Mensch schon seine Medien zur Verfügung stellt, ist es vor allem wichtig, den Namen des Urhebers oder der Urheberin zu nennen und hier auch darauf zu verweisen, welche Art von Lizenz die Mediendatei hat. Dies ist auch wichtig für weitere Personen, welche diese Datei ebenfalls verwenden möchten.

Hier findest du ein Beispiel, wie die Bildunterschrift auszusehen hat, wenn man Bilder mit Creative-Commons-Lizenzen verwendet:



„Creative Commons – Some rights reserved.jpg“ von TilarX ist lizenziert unter CC BY 2.0. Zum Aufrufen der Lizenzbedingung CC BY 2.0 besuche:

<https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/?ref=openverse&atype=rich>

An diesem Beispiel kannst du sehen, wie der Name des Urhebers bzw. der Urheberin korrekt angegeben und auf die entsprechende Lizenz verwiesen wird.

Suche nach unter Creative Commons lizenzierten Medien

Die wichtigste Seite, um nach Medien unter Creative-Common-Lizenzen zu suchen, findest du unter <https://wordpress.org/openverse/>.

Dort wählst du zunächst aus, ob du nach Bildern oder Audios suchen willst, und gibst dann im Suchfeld einen Suchbegriff ein. Wenn du willst, kannst du auch eine bestimmte Website, wie zum Beispiel Flickr, durchsuchen, indem du den Namen ebenfalls in das Suchfeld einträgst.

Weitere Lizenzmodelle

Einige Plattformen, die in der Vergangenheit Bilder und Fotos mit CC-Lizenzen angeboten haben (beispielsweise Pixabay), sind inzwischen zu einer eigenen Lizenz übergegangen. Dadurch möchten sie verhindern, dass dieselben Bilder auch auf anderen Plattformen angeboten werden können.



Lies dir die Lizenzbedingungen genau durch und kläre, ob du die Bilder nach diesen Bedingungen für deinen Zweck nutzen darfst oder nicht.

Anbieter	Link	Lizenzinformationen
Unsplash	https://unsplash.com/	https://unsplash.com/license
Pexels	www.pexels.com/	www.pexels.com/de-de/fotolizenz/
Splitshire	www.splitshire.com/	www.splitshire.com/licence/
Flickr	www.flickr.com/	Filtermöglichkeit nach CC0
Magdeleine	https://magdeleine.co/	Filtermöglichkeit nach CC0
Gratisography	https://gratisography.com/	https://gratisography.com/license/
Pixabay	https://pixabay.com/de/	https://pixabay.com/de/service/license/
Wikimedia Commons	https://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page	https://lizenzhinweisgenerator.de/
Find das Bild, Bildersuche für Kinder	www.finddasbild.de	www.finddasbild.de/bildrechte/
Freepic	www.freepik.com/	www.freepik.com/terms_of_use
Vecteezy	www.vecteezy.com	www.vecteezy.com/licensing-agreement

Links zu Urheberrecht und CC-lizenzierten Bildern

- <https://irights.info>
- <https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Public-Domain-Bilderquellen>
- <https://wordpress.org/openverse/?referrer=creativecommons.org> (sucht auch nach CC-Lizenzen auf Websites wie flickr.de)





Verbraucherschutz

Auf einen Blick

Fast alle Produkte und Dienstleistungen werden inzwischen auch online angeboten. Gerade digitale Produkte wie Videospiele gibt es oft nur online zu kaufen. Doch wie kommt ein Vertrag im Internet eigentlich zustande? Welche Bezahlmethoden gibt es online? Wie kannst du vorgehen, wenn dir die falsche oder eine beschädigte Ware geliefert wird und kann man Online-Bewertungen trauen? Diese und weitere Fragen werden im folgenden Kapitel beantwortet.

Inhalt

Onlineshopping	179
Die Informationspflicht des Verkäufers	182
Online bezahlen	183
Das Widerrufsrecht	185
Das Gewährleistungsrecht: „Das Ding ist doch kaputt!“	186
Risiken beim Onlinekauf	187
Kundenbewertungen, Testseiten und Co	188
Ändern sich da etwa die Preise?	189

Onlineshopping

Egal ob Jeans im Online-Fashion-Shop oder In-App-Käufe im Handy Game: Es ist immer hilfreich, wenn du als Smepper über den Onlinekauf Bescheid weißt. Zuerst klären wir die Frage, wie überhaupt ein Kauf im Internet zustande kommt, welche Pflichten der / die Verkäufer/-in hat und wie das mit dem Bezahlen funktioniert. Anschließend machst du dich vertraut mit den Rechten, die du hast, wenn das Bestellte nicht deiner Erwartung entspricht oder sogar beschädigt ist. Zu guter Letzt klären wir noch die Fragen, wie man sogenannte Fake Shops erkennen kann, ob Bewertungen und Tests zu trauen ist und was du gegen die dynamische Preisgestaltung der Onlineshops tun kannst.

Wie kommt ein Kauf im Internet zustande? Die Button-Lösung

Immer wenn du etwas kaufst, schließt du einen Vertrag ab. Für den Abschluss von Verträgen gibt es gesetzliche Vorgaben. Diese sehen vor, dass es übereinstimmende Willenserklärungen geben muss. Der / die Käufer/-in erklärt den Willen zum Kauf, der / die Verkäufer/-in den Willen zum Verkauf. Wenn der / die Verkäufer/-in also eine bestimmte Ware zu einem bestimmten Preis anbietet, gilt das als Willenserklärung des Verkäufers / der Verkäuferin. Du hingegen musst den Willen äußern, diese Ware zu diesem Preis erwerben zu wollen (Willenserklärung des Käufers / der Käuferin). Diese Vorgaben haben für den / die Käufer/-in auch den Zweck, dass er oder sie nichts gegen seinen / ihren Willen verkauft bekommt.

Beim Onlinekauf gibst du deine Willenserklärung mit einem Klick per Maus oder Finger ab. Aber nicht mit einem x-beliebigen Klick. Der Kauf(-vertrag) darf zu deinem Schutz erst zustande kommen, wenn du auf den Kauf-Button geklickt hast (die sogenannte Button-Lösung). Dieser Button muss für dich klar erkennbar machen, dass du die Ware mit diesem Klick bestellst und den Preis zahlen musst. So müssen die Buttons etwa mit „Jetzt kaufen“ oder „Zahlungspflichtig bestellen“ beschriftet sein. Gibt es so eine Formulierung nicht und du bekommst eine Zahlungsforderung, dann kannst du dich dagegen wehren. Auch Angaben wie „Hier anmelden“, „Weiter“ oder „Bestellen“ sind nicht ausreichend und zählen nicht als Kaufvertrag.

Teste dein Wissen! Welche der Buttons haben eine zulässige Bezeichnung. Begründe deine Antwort in den freien Feldern darunter. *

A	Anmelden	B	Zahlungspflichtig bestellen
C	Kostenpflichtig bestellen	D	Bestellen
E	Jetzt kaufen	F	Weiter

Damit du nach und nach Erfahrungen im Umgang mit Geld machen kannst, hat der Gesetzgeber festgelegt, wer in welchem Alter eine wirksame Willenserklärung abgeben kann. Diese sogenannte Geschäftsfähigkeit gibt es in drei Stufen:

- Kinder unter sieben Jahren gelten nach dem Gesetz als nicht geschäftsfähig.
- Kinder und Jugendliche zwischen sieben und 18 Jahren gelten als beschränkt geschäftsfähig.
- Jugendliche ab 18 Jahren gelten nach dem Gesetz als voll geschäftsfähig.

Mit dieser Einteilung will der Gesetzgeber Kindern und Jugendlichen ermöglichen, die Tücken des Kaufens nach und nach zu erlernen, ohne übers Ohr gehauen zu werden.

Im Alter unter sieben Jahren kann rechtlich gesehen keine wirksame Willenserklärung abgegeben werden. Kauft eine Sechsjährige bspw. Frühstücksbrötchen, dann übermittelt sie eigentlich den Willen ihrer Eltern.

Kinder und Jugendliche zwischen sieben und 18 Jahren sind eingeschränkt geschäftsfähig. Dies bedeutet zunächst, dass sieben- bis 18-Jährige die vorherige Einwilligung oder die nachträgliche Zustimmung ihrer Eltern benötigen, um Käufe zu tätigen. Wenn du also etwas verkauft bekommst, wofür dir deine Eltern keine Erlaubnis gegeben haben, dann kann der Kauf rückgängig gemacht werden. Der / die Verkäufer/-in muss die Waren zurücknehmen und den vollen Kaufpreis auszahlen.

* Lösung: A: falsch B: richtig C: richtig D: falsch E: richtig F: falsch

Dazu ein Beispiel: Du bekommst von deinen Eltern Geld für neue Sportschuhe, im Shop sind deine Lieblingsschuhe sogar im Angebot. Der Verkäufer bietet dir für das gesparte Geld zusätzlich noch coole Sneakers an. Da sie dir gefallen, kaufst du auch noch die Sneakers dazu. Sind deine Eltern nicht damit einverstanden, muss der Verkäufer die Sneakers zurücknehmen und das Geld zurückgeben.

Mit dieser Regel will der Gesetzgeber sicherstellen, dass Jugendliche ohne Schulden in das Erwachsenenleben starten.

Das hört sich jetzt nicht nach der Möglichkeit an, das Kaufen selbst zu erleben und zu erlernen, doch es gibt gesetzliche Regeln, die dir mehr Selbstständigkeit einräumen. Die wichtigste Regelung, die dir ermöglicht, auch ohne Einwilligung der Eltern im Alltag Käufe zu tätigen, ist der „Taschengeldparagraf“.



Taschengeldparagraf (BGB § 110 Bewirken der Leistung mit eigenen Mitteln)

„Ein von dem Minderjährigen ohne Zustimmung des gesetzlichen Vertreters geschlossener Vertrag gilt als von Anfang an wirksam, wenn der Minderjährige die vertragsmäßige Leistung mit Mitteln bewirkt, die ihm zu diesem Zweck oder zu freier Verfügung von dem Vertreter oder mit dessen Zustimmung von einem Dritten überlassen worden sind.“

Dieser Paragraf ermöglicht dir, dann Waren ohne Zustimmung zu kaufen, wenn du diese mit Geld bezahlst, das dir zur freien Verfügung gestellt wird. Geld zur freien Verfügung ist beispielsweise dein Taschengeld oder Geldgeschenke zum Geburtstag, deren Verwendung an keine Bedingungen geknüpft ist. Mit diesem Geld kannst du dir die Sneakers – Beispiel oben – auch ohne die Zustimmung deiner Eltern kaufen.

Wie du in der Infobox lesen kannst, macht der Paragraf in seinem Originaltext keine Angaben über die Höhe des Taschengelds. Darum kannst du theoretisch auch teure Sachen wie Smartphones mit deinem Taschengeld kaufen.

Sobald du 18 Jahre wirst, bist du voll geschäftsfähig und kannst alle Arten von Verträgen, egal ob Kaufvertrag oder Dienstleistungsvertrag, abschließen.

Vervollständige mit Hilfe des Kapitels folgendes Schaubild:

Geschäftsfähigkeit		
Alter von __ bis __ <i>geschäftsunfähig</i>	Alter von __ bis __ <i>beschränkt geschäftsfähig</i>	Alter ab __ <i>voll geschäftsfähig</i>
Das bedeutet:	Das bedeutet:	Das bedeutet:

Die Informationspflicht des Verkäufers

Gerade beim Onlineshopping ist es wichtig, vor dem Kauf die gesamten Kosten und alle Eigenschaften des Produkts zu kennen. Anders könntest du keine informierte Entscheidung treffen. Daher hat der Gesetzgeber die Verkäufer/-innen verpflichtet, dich vor dem Kauf klar und verständlich in hervorgehobener Weise über folgende Vertragsbestandteile zu informieren:

- Die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen.
- Den Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben, soweit dieser im Voraus berechnet werden kann. Sonst: die Art der Preisberechnung.
- Alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten, soweit diese im Voraus berechnet werden können. Sonst: Info darüber, dass solche Kosten anfallen können.
- Dein Recht zu Widerrufen
- Im Fall eines Vertrages mit Laufzeit müssen die Dauer dieser Laufzeit oder die Kündigungsbedingungen bei unbefristeten oder sich automatisch verlängernden Verträgen, beispielsweise bei Abonnements von Streaming-Diensten, angegeben werden.

Online bezahlen

Die meisten Onlineshops bieten dir verschiedene Zahlungsweisen an. Welche das sind, können sie selbst bestimmen. Grundsätzlich kannst du entweder im Voraus zahlen, zum Beispiel mit einer Überweisung, Kreditkarte oder über den Bezahlendienst PayPal, oder du bezahlst nach der Lieferung der Ware per Rechnung oder per Nachnahme.

Übersicht Bezahlmethoden		
Voraus-Bezahlmethoden		7–18 Jahre?
Vorkasse	<p>Die Ware wird im Voraus per Überweisung gezahlt. Sie wird auch erst verschickt, wenn das Geld angekommen ist. Darum kann die Lieferung manchmal etwas länger dauern.</p> <p>Vorteile gibt es keine.</p> <p>Dafür hat diese Methode viele Nachteile. Schickt man die Ware zurück, muss man prüfen, ob auch das Geld vollständig zurückgebucht wurde. Hat man nie etwas geliefert bekommen, weil der Shop pleite ist oder betrogen hat, dann ist das Geld wahrscheinlich verloren.</p>	<p>Ja, eine Überweisung ist rechtlich möglich, sofern ein Girokonto bereits besteht. Ein Konto einzurichten, ist allerdings ohne Eltern nicht möglich.</p>
Kreditkarte	<p>Bei der Bestellung der Ware wird die Kreditkarte meist vor dem Versand mit dem Kaufpreis belastet. Du zahlst also auch hier, bevor du die Ware bekommst.</p> <p>Der Vorteil ist der schnelle Versand.</p> <p>Die Nachteile sind die gleichen wie bei der Vorkasse. Zudem werden Kreditkartendaten vermehrt mittels elektronischer Methoden gestohlen.</p>	<p>Jein. Klassische Kreditkarten, die am Monatsende mit dem Girokonto verrechnet werden, sind nicht möglich, da hier eine Schuld gegenüber der Kreditkartenfirma eingegangen wird.</p> <p>Eine Kreditkarte auf Guthabenbasis kann von Jugendlichen genutzt werden, da hier nur das „aufgeladene“ Geld verwendet werden kann.</p>
Online-Bezahldienste, z. B. PayPal, Sofort(überweisung.de), Giropay, Klarna, Amazon Payments	<p>Bei den meisten Online-Bezahldiensten zahlt man den Einkauf nicht direkt, sondern der Bezahlendienst übernimmt die Bezahlung an den / die Verkäufer/-in. Anschließend bucht der Bezahlendienst dann von den hinterlegten Kontodaten, der Kreditkarte oder einem Guthaben ab. Dazu braucht man in der Regel ein Konto bei dem jeweiligen Dienstleister.</p> <p>Ein Vorteil ist der schnelle Versand, da der Bezahlendienst zunächst einmal in Vorleistung geht. Auch werden keine Bank- oder Kreditkartendaten an den / die Verkäufer/-in übermittelt.</p> <p>Nachteilig sind die Möglichkeit des Datendiebstahls sowie die unterschiedlichen Datenschutzregelungen, z. B. bei US-Anbietern. Zudem verlangen manche Anbieter von Verbrauchern auch Gebühren.</p>	<p>Nein. Für die Nutzung der Bezahldienste muss man in der Regel volljährig sein.</p>

Voraus-Bezahlmethoden		7–18 Jahre?
Guthabenkarten (Pay-safecard, Steam-Guthaben etc.)	<p>Die Guthabekarten werden in der Regel an einer Verkaufsstelle, wie einem Drogeriemarkt, erworben. Sie werden im entsprechenden Onlineshop eingelöst und der Geldbetrag kann anschließend, bis das Guthaben aufgebraucht ist, genutzt werden.</p> <p>Vorteile sind, dass kein Konto notwendig ist. Man kann die Guthabekarten bar bezahlen und es werden keine persönlichen Daten gespeichert.</p> <p>Die Nachteile sind, dass die Transaktion oft nicht rückgängig gemacht werden kann und bei Verlust das Geld weg ist.</p>	Ja , da bei dieser Bezahlmethode keine Schulden gemacht werden können. Es kann mit dem aufgeladenen Guthaben nur solange bezahlt werden, bis dieses verbraucht ist.
SEPA-Lastschrift	<p>Dem Shop wird die Erlaubnis erteilt, das Geld vom Konto einzuziehen.</p> <p>Vorteil ist, dass man die Lastschrift innerhalb von acht Wochen widerrufen kann und somit das Geld wiederbekommt.</p> <p>Ein Nachteil ist, dass man kontrollieren muss, ob der Shop auch den exakten Betrag abgebucht hat.</p>	Ja , die Nutzung der SEPA-Lastschrift ist möglich.
Nachher-Bezahlmethoden		7–18 Jahre?
Rechnung	<p>Das Geld wird erst nach dem Erhalt der Ware überwiesen. Dafür hat man meist mehrere Tage bis Wochen Zeit.</p> <p>Der große Vorteil ist, dass man die Lieferung prüfen kann. So bezahlt man nur, was in Ordnung ist und was man behalten möchte.</p> <p>Nachteilig ist, dass rechtlich noch nicht geklärt ist, ob die Shops dafür Geld verlangen dürfen oder nicht.</p>	Nein , die Bezahlung per Rechnung ist nicht möglich, da hier eine (Bezahl-)Schuld eingegangen wird.
Per Nachnahme	<p>Die Ware wird bei der Lieferung direkt beim Paketzusteller gezahlt, entweder bar an der Haustüre oder mit Karte in der Filiale.</p> <p>Der Vorteil dieser Methode ist auch hier, dass erst beim Erhalt der Ware gezahlt wird. Außerdem kann man die Ware zumindest auf Transportschäden prüfen.</p> <p>Der Nachteil ist, dass man anwesend sein muss und dann passend das Bargeld vorbereitet haben muss. Andernfalls muss das Päckchen abgeholt werden. Manche Shops geben die Kosten der Dienstleister an den / die Käufer/-in weiter.</p>	Nein , die Bezahlung per Nachnahme ist auch nicht möglich, da hier eine (Bezahl-)Schuld eingegangen wird.

Egal ob du per Lastschriftverfahren, Rechnung oder Karte zahlen möchtest, der Shop darf seit dem 13.01.2018 kein zusätzliches Entgelt für die von dir gewählte Zahlungsmethode von dir verlangen. Wenn ein Shop für deine favorisierte Zahlungsmethode trotzdem Geld verlangt hat, dann kannst du das Geld zurückverlangen. Sollte es zu Problemen dabei kommen, kannst du dich auch immer an die Verbraucherzentrale wenden.



Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V.

Internet: www.verbraucherzentrale-bawue.de

(Kurze Alternative: www.vz-bw.de)

Telefon: 0711 66 91 10



Das Kaufen mit dem Taschengeld ist den sieben bis 18-Jährigen nach dem Gesetz nur dann möglich, wenn sie die Ware sofort bezahlen können. Daher können in diesem Alter beim Onlineshopping keine Zahlungsmethoden genutzt werden, bei denen nach der Lieferung gezahlt wird. Das gleiche gilt für Ratenzahlung und Abonnement-Verträge (siehe Tabelle).



Wenn du nicht im Voraus bezahlen möchtest, kannst du natürlich auch immer deine Eltern bitten, für dich die Ware zu bestellen.

Das Widerrufsrecht

Das Widerrufsrecht ist ein ganz zentrales Recht der Verbraucher im Onlinehandel, denn du kannst beim Onlinekauf die Dinge nur anhand von Beschreibung und Produktfoto begutachten. Durch das Widerrufsrecht wird dir die Möglichkeit gegeben, die gelieferte Ware tatsächlich zu begutachten. Entspricht die Ware nicht deiner Vorstellung, zum Beispiel wenn die Farben anders aussehen oder die Hose nicht passt, dann kannst du in der Regel innerhalb von 14 Tagen auch ohne Angabe von Gründen vom Kauf zurücktreten. Der / die Verkäufer/-in muss die Ware zurücknehmen und dir den Kaufpreis ausbezahlen. Den Widerruf solltest du am besten schriftlich einreichen und auch dokumentieren. Dann hast du nämlich Beweise, falls es Probleme geben sollte. Das bloße Zurücksenden ohne Widerruf reicht nicht aus. Die Frist beginnt mit der vollständigen Lieferung der bestellten Ware oder bei Dienstleistungen am Tag nach Vertragsabschluss. Voraussetzung ist aber, dass der / die Verkäufer/-in dich klar und verständlich über diese Frist informiert. Vergisst er dies, beginnt die Frist erst ab der nachträglichen schriftlichen Belehrung oder endet spätestens zwölf Monate und 14 Tage nach Erhalt der Ware bzw. bei Dienstleistungen nach Vertragsabschluss.

Das Widerrufsrecht hat aber auch Ausnahmen. So gilt es nicht für manche Verträge zu Dienstleistungen. Das Widerrufsrecht erlischt, sobald die Dienstleistung vollständig erbracht wurde und sowohl du als auch der / die Verkäufer/-in diesem Umstand zugestimmt haben. Das ist gerade bei vielen Online-Videospielen der Fall: Du kaufst nicht das Spiel oder Spielinhalte wie Skins, sondern nur die Nutzungsrechte und das ist vergleichbar mit einem Mietvertrag. Hier zwei Auszüge aus den Nutzungsbedingungen von League of Legends und dem Google Playstore:

Widerrufsrecht Als Verbraucher steht Ihnen bei Verträgen zum Erwerb digitaler Inhalte bei Google Play grundsätzlich ein gesetzliches Widerrufsrecht zu. Ausgenommen hiervon ist der Erwerb einzelner Publikationen bei Google Play Kiosk. Gleiches gilt für den Erwerb eines Abonnements für digitale Inhalte. Beim Erwerb von digitalen Inhalten bei Google Play stimmen Sie jedoch zu, dass Ihnen die digitalen Inhalte sofort zur Verfügung gestellt werden, und bestätigen, dass Sie folglich auf Ihr gesetzliches Widerrufsrecht verzichten. Bei Vorbestellungen erlischt das automatische gesetzliche Widerrufsrecht in dem Moment, in dem Ihnen der Inhalt zur Verfügung gestellt wird.

Screenshot, https://play.google.com/intl/de_de/about/play-terms/index.html, 27.01.2022

4.3. Werden virtuelle Inhalte zu meinem „Eigentum“, wenn ich sie erwerbe? (Nein. Was du „erwirbst“, ist nicht das virtuelle Gut selbst, sondern vielmehr eine nicht übertragbare eingeschränkte Lizenz für den Zugriff darauf.)

Du hast kein Eigentums- oder sonstiges Vermögensrecht an den von dir freigeschalteten virtuellen Inhalten, unabhängig davon, wie du den Zugriff darauf erhalten hast. Virtuelle Inhalte haben keinen monetären Wert. Du kannst virtuelle Inhalte nicht gegen irgendeine Art von „echtem“ Geld umtauschen (es sei denn, wir erlauben dies im Rahmen der Riot-Dienste) oder einlösen. Du kannst keine Erstattungen für den Kauf einer Lizenz für den Zugriff auf virtuelle Inhalte erhalten, außer soweit ausdrücklich von uns gestattet. Unsere aktuelle Erstattungsrichtlinie für Inhalte findest du [hier](#).

Screenshot: <https://www.riotgames.com/de/terms-of-service-DE>, 15.12.2021

Ausgenommen vom Widerrufsrecht sind auch auf dich persönlich zugeschnittene Waren, wie Maßkleidung oder schnell verderbliche Ware, z. B. Lebensmittel, und vor allem digitale Waren wie Hörbücher. Auch das Entfernen von Siegeln, z. B. an CDs, durch den / die Käufer/-in hebt das Widerrufsrecht auf.

Recherchiere im Internet, welche weiteren Ausnahmen es beim Widerruf gibt:

.....

.....

.....

.....



Alle Ausnahmen findest du im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB), § 312g „Widerrufsrecht“.

Das Gewährleistungsrecht: „Das Ding ist doch kaputt!“

Doch was kannst du tun, wenn dir der Shop eine falsche oder kaputte Ware liefert oder wenn die gelieferte Ware innerhalb einer bestimmten Frist kaputtgeht? Dann kannst du dich auf dein Recht der Gewährleistung berufen. Das Gewährleistungsrecht regelt, dass du eine mangelfreie Sache oder Dienstleistung erhältst. Unter das Gewährleistungsrecht fallen alle Waren, auch im Preis reduzierte Produkte müssen frei von Mängeln sein. Dein Ansprechpartner bei einem Gewährleistungsfall ist immer der / die Verkäufer/-in.

Liegt ein Defekt (Sachmangel) vor, hast du zuerst Anspruch auf Nacherfüllung. Der / die Verkäufer/-in muss also entweder durch Austausch des Geräts oder durch Reparatur den Mangel beseitigen. Gelingt ihm das mehrfach oder innerhalb einer ihm gesetzten Frist nicht, hast du ein Rücktrittsrecht vom Kaufvertrag und bekommst dein Geld zurück.

Die Frist, um die Beseitigung von Mängeln einzufordern, beträgt für neue Produkte 24 Monate und kann für gebrauchte Waren auf 12 Monate verkürzt werden. Hat das Produkt nur einen kleinen Fehler, zum

Beispiel eine unsaubere Lackierung, kannst du dich mit dem / der Verkäufer/-in auf eine Minderung einigen. Du nutzt das Produkt trotz des Fehlers und erhältst vom Verkäufer / von der Verkäuferin dafür das Produkt zu einem geringeren Preis.

Zusätzlich zur gesetzlichen Gewährleistung bieten Shops oder Herstellerfirmen für ihre Produkte Garantien an. Aber Garantien müssen nicht angeboten werden und sind frei gestaltbar. Das heißt, der Umfang der Garantie und was überhaupt ein Fall für die Garantie ist, kann beliebig bestimmt werden.



Es gibt Verkäufer/-innen, die versuchen Mängel auf die Herstellerfirma abzuwälzen. Lass dich davon nicht beeindrucken. Deinen Gewährleistungsanspruch hat der / die Verkäufer/-in zu erfüllen, das kann er dir nicht verweigern.

Risiken beim Onlinekauf

Ein Kauf ist in der Regel immer ein Tausch von Geld gegen Ware. Riskant beim Onlinekauf ist, dass im Gegensatz zum Einkauf im Laden, der Austausch von Geld und Ware zeitlich versetzt stattfindet, denn die Ware muss dir ja erstmal geliefert werden. Es besteht immer das Risiko, dass die Ware nicht bei dir ankommt. Daher ist, um dieses Risiko zu verringern, die Wahl der Bezahlmethode beim Kauf im Internet entscheidend. Einen seriösen Shop von unseriösen oder von Fake Shops zu unterscheiden ist nicht einfach.



Fake Shops sind Onlineshops, bei denen gar kein echtes Interesse an der Zusendung der Ware besteht. Diese Shops sind stattdessen nur darauf aus, dass viele Leute im Voraus überweisen, um dann mit der Kohle auf Nimmerwiedersehen zu verschwinden. Nicht jeder Shop mit schickem Internetauftritt und tollen professionellen Bildern ist auch seriös.

Aber du kannst ein paar Dinge prüfen, um einen Fake Shop zu entlarven. So gehst du vor:

- Prüfe die Zahlungsmöglichkeiten! Fake Shops wollen immer vorher das Geld, beispielsweise durch eine Überweisung. Oft werden dir bis zum letzten Bestellschritt mehrere Zahlungsweisen angeboten, aber am Ende geht nur Vorkasse.
- Gibt es nur Vorkasse als Zahlungsmethode, solltest du misstrauisch sein. Wenn kein Impressum und keine AGBs auf der Seite vorhanden sind, Finger weg! Das ist ein absolutes No-Go!

Um dich in Sicherheit zu wiegen, schmücken sich Fake Shops gerne mit erfundenen Gütesiegeln, die aber keinerlei Aussagekraft haben, oder sie nutzen echte Gütesiegel, ohne dieses Zertifikat zu besitzen. Auch auf gute Kundenbewertungen innerhalb eines Shops solltest du dich nicht verlassen. Vor allem, wenn die Bewertungen übertrieben positiv sind, sind sie wahrscheinlich gefälscht. Gütesiegel und Kundenbewertungen sind also kein Indiz dafür, dass es sich um einen seriösen Shop handelt.

Sieh dir noch mal die Tabelle mit den Bezahlmethoden an und nenne die Methoden, bei denen man besser vorsichtig sein sollte. Begründe deine Antwort:

.....

.....

.....

.....

Kundenbewertungen, Testseiten und Co

Viele Shops und Portale bieten die Möglichkeit, eine Kundenbewertung abzugeben, denn sie erhoffen sich, dass gut bewertete Produkte sich besser verkaufen. Auch die Herstellerfirmen haben ein hohes Interesse daran, dass ihre Produkte gut dastehen. Leider ist es kaum möglich, gefälschte von echten Kundenbewertungen zu unterscheiden.

Auch Vlogger und Blogger zeigen oder bewerten, welche Dinge sie verwenden. Dazu kommen vermeintliche Testportale, die lange Texte schreiben und Produkte in Bestenlisten einreihen. Was du vielleicht bisher nicht wusstest: Dahinter steckt auch ein Geschäftsmodell. Durch einen speziellen Link (sogenannte Affiliate Links) auf Onlineshops bekommen Vlogger und Testportale eine Provision. Das heißt, sie bekommen entweder pro Klick oder pro Kauf einen bestimmten Betrag vom Shop.



Häufig nutzen Vlogger YouTube, um die Produkte anzupreisen. Mehr zum Thema findest du im Kapitel „YouTube“.

Bei solchen Bewertungen ist in der Regel nicht erkennbar, ob die Bewertung von der Höhe des Betrags abhängt, den die Herstellerfirma zahlt, und wie die Bewertung zustande gekommen ist: Ist sie nur eine persönliche Meinung oder wurde sie anhand von klaren, vorher festgelegter Kriterien vorgenommen, nach denen auch alle ähnlichen Produkte getestet werden?



Die Stiftung Warentest

Die Stiftung Warentest prüft Produkte und Dienstleistungen nach wissenschaftlichen Methoden in unabhängigen Instituten und veröffentlicht die Ergebnisse in ihren Publikationen. Sie kauft Produkte anonym im Handel ein und nimmt Dienstleistungen verdeckt in Anspruch. Oberstes Gebot ist die Neutralität. Die Stiftung darf laut Satzung keine Einnahmen durch Werbeanzeigen erzielen. Deshalb bekommt sie eine jährliche Ausgleichszahlung vom Staat. Zum größten Teil finanziert sie sich aber durch den Verkauf ihrer Publikationen.

Ändern sich da etwa die Preise?

Stabile und einheitliche Preise gehören beim Onlineshopping längst der Vergangenheit an. Der Preis, der dir von Onlineshops für ein bestimmtes Produkt online angeboten wird, hängt von vielen Faktoren ab, denn viele Onlineshops sammeln Unmengen an Daten. Dazu gehört beispielsweise, wie oft Produkte angeklickt wurden, bevor sie gekauft werden, und an welchem Tag und zu welcher Uhrzeit welche Produkte besonders oft gekauft oder nicht gekauft werden. Mit diesen Daten versuchen sie, ihren Umsatz zu verbessern, indem sie Waren gezielt teurer oder billiger anbieten. Darum kann der Zeitpunkt, beispielsweise morgens und abends oder auch der Wochentag, das Preisangebot der Shops bestimmen. Auch das verwendete Endgerät – Smartphone oder PC – oder aber der Wohnort können dazu führen, dass dir derselbe Onlineshop unterschiedliche Preise für ein Produkt anbietet. Selten kommt es dagegen vor, dass Preise nur auf dich zugeschnitten werden. Dafür fehlen den Händlern wahrscheinlich noch die Daten. Allerdings wird dir häufiger Werbung von gesuchten Artikeln eingeblendet.

Gruppenübung: Probiert es aus! Sucht euch auf zwei großen Onlineshops jeweils ein Produkt aus und beobachtet den Preisverlauf. Idealerweise jeweils mit unterschiedlichen Geräten (z. B. Apple und Android, Laptop und PC, Smartphone und Tablet), vielleicht sogar mit unterschiedlichen Browsern (Google Chrome, Mozilla Firefox, Microsoft Edge ...).

Produkt 1	Tag 1	Tag 2	Tag 3
Morgens Gerät 1			
Abends Gerät 1			
Morgens Gerät 2			
Abends Gerät 2			

Produkt 2	Tag 1	Tag 2	Tag 3
Morgens Gerät 1			
Abends Gerät 1			
Morgens Gerät 2			
Abends Gerät 2			

Damit du nicht unnötig viel Geld für ein Produkt zahlst, kannst du folgende Tipps anwenden:

- Nicht im eingeloggten Zustand auf den Seiten der Onlineshops suchen, die Webshops merken sich deine Interessen
- Regelmäßig die Cookies im Browser löschen, die Webshops speichern deine Suche
- Verschiedene Browser ausprobieren
- Verschiedene Endgeräte benutzen, also PC, Tablet und Smartphone. Auch unterschiedliche Herstellerfirmen der Geräte können unterschiedliche Preise verursachen
- Preise zu unterschiedlichen Zeiten beobachten: mal morgens oder abends und an verschiedenen Wochentagen. Gerade bei teuren Produkten kann sich der Aufwand lohnen.

Nützliche Links und Informationen zum Thema Onlineshopping

- www.verbraucherzentrale-bawue.de
- www.marktwaechter.de
- www.checked4you.de



Big Data

Auf einen Blick

Schon lange können wir uns nicht mehr im Internet bewegen, ohne Datenspuren zu hinterlassen. Sich dem zu entziehen ist fast unmöglich, denn unsere Daten werden automatisch ausgewertet. Doch für wen sind diese Daten interessant? Haben wir wirklich nichts zu verbergen? Und gibt es vielleicht doch Möglichkeiten, diese Datenspuren zumindest zu reduzieren? Diese und weitere Fragen werden im folgenden Kapitel beantwortet.

Inhalt

Datenspuren im Netz	193
Ist Big Data eine Chance oder Gefahr für unsere Gesellschaft? ...	196
Was können wir tun?	198

Datenspuren im Netz

Das Internet und seine vielen Möglichkeiten sind aus unserem heutigen Alltag nicht mehr wegzudenken. Auf Kommunikationsdienste, wie WhatsApp, Snapchat, TikTok und Co, verzichten die meisten unter uns schon lange nicht mehr und auch Onlineshopping, Rabattaktionen, Online-Reiseplanung und Gesundheits-Apps haben sich bei den meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen etabliert. Das Internet bietet uns zahlreiche Services, die uns das Leben leichter machen und das quasi umsonst. Wirklich? Naja fast ... Die meisten Services sind kostenlos, aber wie ist das möglich? Wir bezahlen zwar nicht mit Geld, jedoch mit etwas mindestens genauso Kostbarem: mit unseren persönlichen Daten.

Und diese Daten können in manchen Bereichen sogar verheerende Auswirkungen haben, z. B. wenn ein Computerprogramm darüber entscheidet, ob du einen Studien- oder Ausbildungsplatz bekommst, oder wenn Menschen nur durch ihr Verhalten im Netz als „möglicherweise kriminell“ oder suchtgefährdet eingestuft werden.

Die Privatsphäre-Einstellungen zu pflegen, um zu kontrollieren, was man selbst über sich im Netz veröffentlicht – oder jemand anderes –, sind wichtige erste Schritte. Es sind jedoch nicht nur die bewusst eingegebenen Daten, die von Google, Facebook, Amazon und Co genutzt und weiterverwendet werden. Es geht vor allem um die Daten, die wir ihnen unbewusst durch unser Nutzerverhalten mitteilen.

Inzwischen werden auch Meinungen (durch Likes), Standorte, Online-Wunschzettel und Einkaufslisten, das soziale Umfeld mit Familie und Freunden, der Beziehungsstatus, der in einem Sozialen Netzwerk angegeben wird, Stimmungen oder politische Einschätzungen, die man dort preisgibt, eigene Fotos und Videos und vieles mehr zu auswertbaren Daten. Hinzu kommen Verbindungsdaten des Smartphones samt gespeicherter Kontakte, Webprotokolle aus einem Browser oder einer App, finanzielle Transaktionen, Sensordaten aus dem Auto, von Kleidungsstücken oder dem „intelligenten Kühlschrank“ und Gesundheitsdaten von Fitness-Apps oder -Armbändern, die zum Beispiel den Blutdruck, die Herzfrequenz, die Körpertemperatur etc. überwachen.

Wir alle tragen zu einem steten Datenstrom bei, der zum Beispiel von Firmen, wie Google oder Meta, aber auch von Versicherungen, Banken, unserem Lieblingsrestaurant oder dem Lieblings-Onlineshop ausgewertet wird.

Durch die Vernetzung, Zusammenfassung und Auswertung dieser Daten entsteht ein scheinbar genaues Bild von unserem Nutzerverhalten. Anhand unseres Nutzerverhaltens werden wir identifiziert und Prognosen, also Vorhersagen, für unser weiteres Verhalten erstellt. Es entsteht eine riesige Sammlung von Datenmengen, die durch die gezielte Auswertung nutzbar gemacht werden und Rückschlüsse auf Personengruppen zulassen – die Rede ist von Big Data.

Big Data verändert unsere Welt

Das Zeitalter der Digitalisierung entwickelt sich weiter zu einem Zeitalter der Vernetzung: Über das Internet werden Informationen versendet und gesammelt. Je mehr Informationen zur Verfügung stehen, umso genauer können diese zueinander in Beziehung gesetzt und analysiert werden.

Überlegt gemeinsam, welche Daten durch Smart Home, Gesundheits-Apps und Co gesammelt werden. Was davon bewertet ihr als harmlos und wo seht ihr Gefahren?

Hinzu kommen die Daten, die bewusst ins Netz gestellt werden, wie beispielsweise über Social-Media-Plattformen. Auch wenn bestimmte Inhalte nur mit bestimmten Freundinnen und Freunden geteilt werden, haben die Firmen (z. B. Meta, Google) Zugriff darauf.

Algorithmen werten diese Datenflut aus und filtern sie je nach Interesse. Dabei suchen sie nach bestimmten Zusammenhängen, aus denen sie Vorhersagen ableiten können. Wenn du beispielsweise nach einer bestimmten Sportmarke suchst, wird dir mit großer Wahrscheinlichkeit demnächst gezielt Werbung von genau dieser Marke angezeigt. Nach Sportartikeln anderer Marken müsstest du aktiv suchen. Somit wirst du in deiner Entscheidungs- und damit in deiner Handlungsfreiheit eingeschränkt, weil dir einfach nicht mehr die ganze Vielfalt gezeigt wird, sondern nur noch ein eingeschränktes Angebot – nämlich das, was du selbst schon durch Aktionen im Netz als interessant bewertet hast.

Durch die Kombination und Auswertung dieser und weiterer Daten entsteht ein genaues Gesamtbild deiner Person.

Entscheidet euch für jeweils zwei Produkte oder Themen, zu denen ihr auf Google, Amazon oder Instagram recherchiert. Beobachtet danach eine Woche lang eure Feeds! Was für Werbung und Profile werden euch angezeigt?

Produkt 1	Tag 1	Tag 2	Tag 3	Tag 4	Tag 5	Tag 6	Tag 7
Plattform (z. B. TikTok, YouTube)							
Werbung							
Empfohlene Profile / Konten							

Produkt 2	Tag 1	Tag 2	Tag 3	Tag 4	Tag 5	Tag 6	Tag 7
Plattform (z. B. TikTok, YouTube)							
Werbung							
Empfohlene Profile / Konten							

Ist Big Data eine Chance oder Gefahr für unsere Gesellschaft?

Die Auswertung von großen Datenmengen kann zu einem enormen Erkenntnisgewinn führen. In vielen Fällen kann dieser sowohl negative als auch positive Auswirkungen auf unser Leben haben. Einerseits bietet die Auswertung der Daten mehr Komfort für Menschen – andererseits können wir alle in unserem Verhalten und Denken (noch) mehr manipuliert werden.

Einige Auswirkungen sind beispielhaft in der folgenden Tabelle zusammengefasst.

	Datenerfassung	positive Auswirkungen von Big Data	negative Auswirkungen von Big Data
Gesundheit	Durch Gesundheits-Apps wie Schrittzähler, Ernährungs- und Fitness-Apps oder Schlafrhythmus-Apps werden Daten über den eigenen Körper gesammelt und in Beziehung zueinander gesetzt.	Für die medizinische Forschung kann die Auswertung von Gesundheitsdaten große Fortschritte mit sich bringen. Risikofaktoren und Übertragungswege von Krankheiten können besser ermittelt und die Diagnostik kann weiterentwickelt werden.	Krankenkassen sind an den Daten interessiert – Tarifanpassungen aufgrund der daraus ersichtlichen Lebenssituationen und Verhaltensweisen könnten die Folge sein. Auch Arbeitgeber könnten Gesundheitsdaten interessieren und bei Kenntnis über eine Krankheit andere Mitbewerber bevorzugen usw.
Kriminalität	Überwachungskameras, Analyse von auffälligem Nutzerverhalten		
Bildung	Immer häufiger wird E-Learning in Betrieben, Schulen und Universitäten eingesetzt.	Mithilfe von Learning Analytics können den Lernenden individuelle Lerninhalte, die an deren Vorkenntnisse anknüpfen, bereitgestellt werden.	Wenn die Daten in die Hände von Unbefugten geraten, könnte den Lernenden Schaden entstehen, wie beispielsweise Benachteiligung auf dem Arbeitsmarkt.
Verkehr und Reisen	Daten über Position und Geschwindigkeit können erfasst werden. Passagierdaten werden abgefragt.	Durch Verkehrsanalysen können Staus vermieden und die Umweltbelastung gesenkt werden. Unfallhergänge können rekonstruiert und Informationen wie überhöhte Geschwindigkeit an die jeweilige Autoversicherung gemeldet werden.	Bei Flugreisen werden zahlreiche Daten langfristig gespeichert. Somit kann ein Bewegungsprofil erstellt werden. Auch die Elektronik in Autos meldet heute schon vielfältige Daten an die Herstellerfirma, wodurch ein Tracking möglich ist. Verschaffen sich Unbefugte Zugang zu den Bewegungsdaten (zum Beispiel, wenn man sich im Urlaub befindet), entsteht ein erhöhtes Einbruchrisiko.
Journalismus			

Einige Tabellenfelder sind leer. Fülle sie aus! Ein Blick in das Kapitel zum Thema „Fake News“ hilft dir vielleicht an mancher Stelle weiter.

Wie du in der Tabelle siehst, haben Datensammlungen immer zwei Seiten. Auch du als Einzelperson solltest abwägen: Möchtest du deine personenbezogenen Daten schützen oder ...

- kommt ein Verzicht auf den Nutzen verschiedener Onlinedienste, zum Beispiel aus Gründen der Bequemlichkeit, für dich nicht infrage?
- ist dein Bedürfnis nach Selbstentfaltung, in verschiedene Rollen zu schlüpfen und dich im Netz darzustellen größer?
- möchtest du nicht auf Unterhaltungsangebote im Netz verzichten?
- überwiegt das Gefühl von Ausgrenzung und weniger Teilhabe ohne die Nutzung der Sozialen Netzwerke und Kommunikations-Apps?

Überlege für dich selbst:

- Warum nutzt du Dienste, bei denen du Daten über dich selbst preisgibst?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Auf welche Dienste kannst du verzichten?

.....

.....

.....

.....

.....

Was können wir tun?

Die Gründe, weshalb wir es in Kauf nehmen, Datenspuren im Netz zu hinterlassen, sind vielfältig. Datenspuren zu vermeiden ist wohl nur mit totaler Internet-Abstinenz zu erreichen und heutzutage nahezu undenkbar. Außerdem bringt das Sammeln von Daten auch große Potenziale mit sich, wie zum Beispiel in der medizinischen Forschung. Es birgt jedoch auch Gefahren für Einzelpersonen, denn durch Manipulation, Diskriminierung, Kontrolle und Überwachung wird unsere Handlungs- und Entscheidungsfreiheit eingeschränkt.

Es gibt zwei verschiedene Möglichkeiten, wie Daten von dir im Netz landen. Die erste umfasst Informationen, die du selbst im Netz veröffentlichst oder die von anderen über dich preisgegeben werden.

- Überlege dir daher gut, welche Inhalte du im Netz über dich teilst. Öffentliche Inhalte könnten zu deinem Nachteil genutzt werden und auch privat geteilte Inhalte bleiben nicht immer privat.
- Bedenke, dass auch das Löschen von Inhalten manchmal nichts bringt, weil die Inhalte vorher schon kopiert wurden. Diese könnten unkontrolliert weitergegeben werden. Im schlimmsten Fall könnte dies zu Mobbing, Beleidigungen und Wertungen, Peinlichkeiten, Diskriminierung und Chancenminimierung (zum Beispiel auf dem Arbeitsmarkt), Stalking und Identitätsdiebstahl führen.

Die zweite Möglichkeit, wie Informationen über dich ins Netz gelangen, ist über die Art und Weise, wie du es nutzt. Solche Daten über dich können ohne dein aktives Zutun gesammelt werden.

- Denke immer daran: Deine Daten sind schützenswert!
- Sei dir bewusst, wofür private Daten genutzt und weitergegeben werden können und welche Folgen dies für dich haben könnte.
- Wäge ab, was wichtiger ist – die Rabattaktion, bei der du für die Preisgabe deiner Daten bei deinem nächsten Einkauf 10 Cent sparst, oder deine personenbezogenen Daten, die für die Manipulation deiner persönlichen Entscheidungen missbraucht werden können?
- Denke darüber nach, welche Dienste du nutzt. Dies betrifft die Wahl der Sozialen Netzwerke, des Mail-Anbieters, der Messenger oder auch der Suchmaschine. Nachteile alternativer Messenger, wie Signal oder Threema, und alternativer Sozialer Netzwerke sind jedoch die häufig geringere Anzahl an Nutzern und Nutzerinnen und der geringere Komfort. Wenn man mit den großen Anbietern, wie WhatsApp, Snapchat und Instagram, bereits vertraut ist, fällt es schwer, sich umzugewöhnen. Außerdem können auch vermeintlich sichere Dienste Sicherheitslücken aufweisen und Hackerangriffen zum Opfer fallen.
- Mache dich mit den Datenschutzrichtlinien und den AGBs der jeweiligen Dienste vertraut, auch wenn diese in kleiner Schrift und ellenlang sind.
- Überprüfe die Berechtigungen deiner Apps: Benötigt die Taschenlampen-App wirklich Zugriff auf deine Kontakte?
- Bleibe auf dem Laufenden über politische Entscheidungen und Diskussionen und mache dich mit deinen Rechten vertraut. Im Mai 2018 ist die EU-Datenschutzverordnung (DSGVO) in Kraft getreten, in welcher zumindest europaweit strengere Richtlinien verankert sind. Durch die DSGVO hast du Möglichkeiten, zu erfahren, welche Daten von dir wofür genau gespeichert und verarbeitet werden (siehe Kapitel „Datenschutz und Informationsfreiheit“).

- Lösche hin und wieder die Cookies in deinem Browser und bei deinen Apps: Sicherlich hast du schon bemerkt, dass viele Websites dich darüber informieren, dass Cookies eingesetzt werden, um das Angebot nutzerfreundlicher und funktionaler zu gestalten. Cookies sind kleine Dateien, die von der Website gespeichert werden und die unsere Aktivitäten im Netz verfolgen. Mit ihrer Hilfe kann unser Surf-, Nutzungs- und Konsumverhalten beobachtet und für Werbezwecke genutzt werden. Hierbei spricht man auch von „Tracking“.



Studio im Netz (SIN) hat eine Reihe an Tipps und Tools zur Verschlüsselung deiner Daten (deines Cloud-Speichers, deiner Festplatte, deines Browsers und Smartphones) zusammengestellt: <https://www.studioimnetz.de/projekte/watchingyou/verschluesselung>

Nützliche Links und Informationen zu Big Data

- „Ethik macht klick“ (www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_LH_Zusatz_Ethik/LH_Zusatzmodul_medienethik_klicksafe_gesamt.pdf)
- „Dein Algorithmus – meine Meinung!“ Algorithmen und ihre Bedeutung für Meinungsbildung und Demokratie (als Broschüre oder PDF unter <https://www.blm.de/aktivitaeten/medienkompetenz/materialien/algorithmenbroschuere.cfm>)
- „Big Data. Eine Arbeitshilfe für die Jugendarbeit“ (http://bigdata.jfc.info/download/jfc_BIGDATA-Arbeitshilfe.pdf)
- www.youngdata.de/-internet/big-data/?L=0
- „Kleine Daten – große Wirkung“ (www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/nrw_digital/Publikationen/DK_Big_Data.pdf)
- „Selbstdatenschutz. Tipps, Tricks und Klicks“ (www.blm.de/files/pdf1/blm-selbstschutz.pdf)
- www.dein-netz.org/digitale-defender-gegen-die-datenjaeger/
- www.bigdata.jfc.info
- <https://mobilsicher.de/>
- www.studioimnetz.de/projekte/watchingyou/vorschulkinder/
(Infos zum Thema „Vorschulkinder“, nicht nur für Vorschulkinder geeignet!)
- www.data-kids.de/
- www.checked4you.de





Smartphone und Apps

Auf einen Blick

Immer und überall erreichbar zu sein, ist ein riesiger Vorteil, den Smartphones mit sich bringen. Gleichzeitig birgt die ständige Beschäftigung mit den multimedialen Alleskönnern auch Risiken und Gefahren, über die du dir bewusst sein solltest. Dieses Kapitel gibt dir einen Überblick über die Chancen und Risiken und hilft dir, selbst einmal zu prüfen, wie es um deine persönliche Nutzung steht.

Inhalt

Ein multimedialer Alleskönner	203
Problemzone Smartphone	206
Tipps für die Nutzung von Smartphones	208

Ein multimedialer Alleskönner

Das Smartphone ist nicht nur ein multimedialer Alleskönner, sondern mittlerweile auch ein wichtiges Statussymbol und gehört zur Grundausstattung von Jugendlichen: 94 Prozent aller Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren besitzen ein eigenes Smartphone (vgl. JIM-Studie 2021). Es begleitet durch den Alltag, verbindet dich per Messenger und Social Media mit Freundinnen und Freunden und mit Menschen aus aller Welt. Das Smartphone bietet Musik, Filme oder Bilder immer und überall und unterstützt dich dabei, selbst aktiv und kreativ zu werden. Die eigentliche Grundfunktion, das Telefonieren, ist mittlerweile fast zu einer netten Nebensache geworden.

Wie, wann und warum nutze ich mein Smartphone?

Auch du hast dein Smartphone wahrscheinlich immer dabei und regelmäßig im Einsatz. Für dich als Smepper ist es interessant zu wissen, wie viel Zeit du mit deinem Smartphone für welche Aktivitäten verbringst und zu welcher Tageszeit. Wenn du von deinen eigenen Erfahrungen ausgehst und genauer weißt, wie aktiv du mit dem Smartphone bist, kannst du andere Schülerinnen und Schüler besser beraten und ihnen für Fragen zur Verfügung stehen. Hier ist ein kleiner Selbstversuch:

Aufgabe 1:

Erstelle ein Protokoll deiner Smartphone-Nutzung. Verwende dazu ein extra Blatt oder die Vorlage auf der nächsten Seite. Dazu hier ein kleines Beispiel zum Ausfüllen:

Uhrzeit	Nutzungsort	Nutzungsart	Nutzungsdauer	Nutzungsgrund
6:47 Uhr	zu Hause	WhatsApp	12 Minuten	Schulfreunde
7:12 Uhr	zu Hause	TikTok	3 Minuten	keine Ahnung

Schreibe das Datum oben auf das Blatt, also welchen Tag du protokollierst. Interessant für dich ist auch, einen Tag in der Schulwoche zu protokollieren und einen Tag am Wochenende. Dabei werden ganz andere Nutzungszeiten deutlich. Solche Protokolle kannst du außerdem in deinem SMEP-Kurs oder in deinem eigenen SMEP-Angebot von deinen Mitschülerinnen und Mitschülern ausfüllen lassen und sie dann miteinander vergleichen.



Teste eine App, die dir deine Gesamtnutzungszeit ebenso wie die Nutzungszeit der einzelnen Anwendungen darstellt. Du kannst dir mithilfe solcher Apps auch persönliche Ziele setzen, Pausenzeiten und Zeitlimits einrichten, oder auch Nachrichten und sonstige Ablenkungen blockieren lassen. Moment ist eine solche App für iPhones und iPads, deren Basisversion kostenlos erhältlich ist, Quality Time wiederum ist eine App für Android-Smartphones, die ebenfalls kostenlos im entsprechenden Playstore gefunden werden kann.

Aufgabe 2:

Was ist dir beim Protokollieren deiner Smartphone-Nutzung aufgefallen? Hier kannst du als Grundlage für die Rückmeldungen und Diskussion in deiner SMEP-Gruppe schon einmal deine eigenen Erfahrungen und Beobachtungen eintragen:

.....

.....

.....

.....

.....

Apps für jeden Zweck

Auf dem Markt tummeln sich jede Menge Apps – von der Fahrplanauskunft, über die Wettervorhersage bis hin zum Fantasy Game für Zwischendurch. Der Google Play Store für das Betriebssystem Android und der App Store für das iOS-Betriebssystem bieten jeweils mehr als 2 Millionen Apps an.

Schätze dich selbst ein: Welche drei Apps nutzt du auf deinem Smartphone am häufigsten und am liebsten? Denke dabei auch an die Ergebnisse des Protokolls zur Smartphone-Nutzung (siehe oben). Warum nutzt du gerade diese Apps am häufigsten? Welches Interesse steckt dahinter?

Platz 1:

Grund:

Platz 2:

Grund:

Platz 3:

Grund:

Problemzone Smartphone

Abofallen und In-App-Käufe

Die zur Verfügung stehenden Apps bieten den Nutzerinnen und Nutzern jede Menge Möglichkeiten, um die freie Zeit zu gestalten, selbst kreativ zu werden, mit Freundinnen und Freunden zu kommunizieren oder sich einfach nur unterhalten zu lassen. Zudem sind eine Vielzahl dieser Apps auch noch kostenlos und entsprechend einfach zugänglich. Gleichzeitig stellt sich an diesem Punkt die Frage, wie die Entwickler Apps wohl finanzieren, für die man gar kein Geld dafür bezahlen muss.

Nicht selten steckt hinter den einzelnen Apps ein ausgeklügeltes System, das regelmäßige Werbeeinblendungen innerhalb der Anwendung schaltet und die Funktionen auf Nutzerseite so für einige Momente blockiert. Dabei sind die Werbeanzeigen mit Vorsicht zu genießen, denn dahinter stecken immer wieder Abofallen, die teilweise sogar mit nur einem Klick aktiv werden können. Eine weitere Methode, um mit den Apps Geld zu verdienen, sind die sogenannten In-App-Käufe, auf die bereits während der Installation hingewiesen wird. So kannst du beispielsweise kostenpflichtige Zusatzfunktionen freischalten, die den Spaß erhöhen sollen und das Spiel überhaupt erst voranbringen. Diese kostenpflichtigen Zusatzfunktionen oder Spielerweiterungen wirken auf den ersten Blick zwar relativ günstig, summieren sich aber schnell, je länger man das Spiel spielt. Am Ende können sie hohe Kosten verursachen und bei entsprechender Bezahlweise mit der nächsten Handyabrechnung eine böse Überraschung mit sich bringen. Um solche In-App-Käufe und damit entstehende Kostenfallen zu verhindern, besteht bei den meisten Smartphones in den Einstellungen die Möglichkeit, diese zu unterbinden. Prüfe einmal in den Einstellungen deines Smartphones, wo diese zu finden ist.



Auch Soziale Netzwerke funktionieren nach dem Prinzip, dass sie kostenfrei genutzt werden können und die Nutzer/-innen mit den persönlichen Daten bezahlen. Informiere dich in dem Film „Facebook in Gegenwart & Zukunft – Datenverkauf und Geschäftsmodell“ (<http://www.youtube.com/watch?v=YfkFuh8aW8I>), warum beispielsweise Facebook so hohe Summen verdient. Ist es wirklich nur die Werbung oder auch die Art, wie Werbung platziert werden kann?

Datenklau

Es gibt auch Apps, die hauptsächlich entwickelt wurden, um gespeicherte personenbezogene Daten, wie Namen, Adressen und Telefonnummern, aus dem Smartphone auszulesen. Möglicherweise kann sogar das eigene Adressbuch, der Suchverlauf im Internet und auch der E-Mail-Verkehr ins Visier der Entwickler geraten. All diese Informationen können für Geld an Unternehmen weiterverkauft werden, die mehr Informationen über dich und dein Nutzerverhalten erhalten wollen, um beispielsweise Werbung besser auf deine Person zuschneiden zu können.

Um dies zu verhindern, solltest du unbedingt die geforderten App-Berechtigungen durchgehen, die in jedem Store vor der Installation eingesehen werden können, und kritisch überlegen, ob all die geforderten Zugriffsrechte auch tatsächlich für das Funktionieren der App benötigt werden oder nicht. Beispielsweise ist es höchst bedenklich, wenn eine Taschenlampen-App Zugriff auf deine Kontaktdaten und deine E-Mails sowie Zugang zu deinen hinterlegten GPS-Daten haben möchte. Sie dient schließlich nur dazu, mit dem Kameralicht eine Taschenlampe nachzuahmen. Nimm dir außerdem die Zeit, dich mit den Datenschutzrichtlinien des jeweiligen Anbieters zu befassen. Vor allem wenn dort der Hinweis steht, dass

„persönliche Daten übermittelt werden“, sollte diese App nicht installiert werden. In der Regel können zu einem Themenbereich alternative Apps gefunden werden. Entsprechend solltest du im Zweifel besser zu einer App greifen, bei der du keine datenschutzrechtlichen Bedenken hast.



Neben sogenannten Datensammlern, die deine Daten für Werbezwecke sammeln, können Apps auch Schadprogramme übertragen, die deinem Smartphone schaden oder dein Nutzungsverhalten und unter Umständen auch dich mit der integrierten Kamera ausspionieren können. Entsprechend ist es wichtig, auch auf dem Smartphone ein Virenschutzprogramm zu installieren und es regelmäßig mit einem Virenschutzprogramm zu überprüfen. Außerdem sollte dein Betriebssystem immer auf dem neusten Stand sein, denn nur so können zusätzliche Sicherheitslücken geschlossen werden.



Bild: gettyimages/ Nemke

Suchtfaktor Smartphone

Kennst du dieses Gefühl, plötzlich vollkommen isoliert zu sein, weil du nicht weißt, was die Freundinnen und Freunde gerade machen? Weil du keine neuen Nachrichten lesen oder die neusten Posts in den Sozialen Netzwerken ansehen kannst? Mittlerweile gehört es zu einer Art Alltagsbeschäftigung, immer wieder einen kurzen Blick auf das Smartphone zu werfen und die aktuellsten Informationen aufzunehmen. Das lockert unangenehme Situationen auf, unterbricht kurzzeitig Aufgaben, die uns schwerfallen, und löst bei positiven Nachrichten Glücksgefühle in uns aus. Kein Wunder also, dass man sich abgeschottet fühlt, wenn all diese Neuigkeiten auf einmal nicht abrufbar sind, weil das Smartphone nicht zur Hand ist. Gleichzeitig kann diese Beschäftigung auch in ein suchartiges Verhalten umschlagen, das die reale Welt mit Familie, Schule etc. immer weiter ausgrenzt. Daher ist es wichtig, dass du deine Umgangsweise mit dem Smartphone stets kritisch analysierst. Die nachfolgenden Fragen können dir unter anderem dabei helfen:

- Was machst du mit deinem Smartphone?
- Wie intensiv nutzt du es tatsächlich?
- Gibt es Aktivitäten am Smartphone, die du vielleicht reduzieren kannst?
- Welche Aktivitäten mit dem Smartphone sind unbedingt notwendig und warum?
- Hast du den Eindruck, dass deine Nutzungsweise deine schulische Leistung beeinflusst?



Das Projekt Net-Piloten der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung ist ebenfalls ein Peer-to-Peer-Projekt, bei dem du dich als Ansprechpartner/-in in Sachen exzessiver Mediennutzung ausbilden lassen kannst. Weitere Informationen findest du hier:

<https://www.ins-netz-gehen.info/net-piloten/>

Urheberrecht

Ein Problem kann nicht nur sein, wie du mit dem Smartphone im Allgemeinen und auch mit deinen persönlichen Daten darauf umgehst, sondern auch, was du mit Informationen, Bildern und Daten anderer machst. Nicht selten dienen Kamera und Audiorekorder des Smartphones dazu, „besondere Erlebnisse“ festzuhalten. Dann werden zum Beispiel Ton- und Videoaufnahmen betrunkenere Freunde oder Freundinnen oder auch peinliche Bilder von Klassenkameraden und -kameradinnen unbedacht und schnell ins Internet gestellt oder mit anderen geteilt. Dass man hierbei streng genommen eine Straftat begeht, wissen jedoch die Wenigsten. Was genau dabei zu beachten ist, erfährst du im Kapitel „Kommunikation und Selbstinszenierung im Netz“.

Auch wenn es immer wieder anstrengend ist, sich mit den Risiken und Gefahren der digitalen Medien zu befassen, solltest du dich doch mit ihnen auseinandersetzen. Du solltest dir über möglichen Auswirkungen im Klaren sein. Wenn du um diese Probleme weißt, kannst du auch einfacher und verantwortungsvoller mit dem Smartphone und anderen Onlinemedien umgehen.

Tipps für die Nutzung von Smartphones

GPS-Ortung: Die GPS-Ortung kann für die Navigation sehr sinnvoll sein und dir den Weg besser zeigen, alles andere macht jedoch nur wenig Sinn. Hier werden Daten über dich gesammelt! Und zwar darüber, wo du dich wann aufhältst. Man nennt das ein Bewegungsprofil.

- Überprüfe bei allen Apps, ob die GPS-Ortung wirklich benötigt wird.
- Schalte GPS-Ortungsdienste nur ein, wenn du sie wirklich brauchst.

Bluetooth: Die Bluetooth-Funktion kann dir Probleme bereiten, weil andere damit Zugriff auf dein Smartphone bekommen können.

- Überprüfe die (Vor-)Einstellungen von Bluetooth an deinem Smartphone und die Berechtigungen deiner Apps.
- Schalte die Bluetooth-Funktion nur an, wenn du sie benötigst.
- Akzeptiere keine Anfragen oder Dateien von Geräten, die du nicht kennst.

WLAN und Hotspots: Wenn du ein offenes WLAN nutzt oder über dein Smartphone einen Hotspot aufbaust, können viele darauf zugreifen.

- Wenn du ein mobiles WLAN aufbaust, verschlüssele den Funkverkehr mit einem sicheren Passwort.
- Schalte das WLAN ab, sobald du es nicht mehr benötigst.
- Achtung bei Hotspots! Erkundige dich vor der Nutzung immer, wie sicher der jeweilige Hotspot ist.

Passwortsicherheit und Datenschutz: Auf deinem Smartphone sind viele persönliche Daten, die geschützt sein sollten.

- Schütze dein Smartphone vor dem Zugriff fremder Personen durch eine sichere PIN.
- Speichere Passwörter nicht im Smartphone (z. B. bei den Notizen) ab.
- Nutze für Passwörter weder die Zahlenfolge „123456“ noch Worte wie „Passwort“ noch Informationen über dich, die viele kennen (z. B. deinen Geburtstag, den Namen deines Haustiers, deinen Wohnort). Überlege dir am besten einen Satz, den du dir gut merken kannst und bei dem du jeweils nur die Anfangsbuchstaben jedes Wortes verwendest. Ein Beispiel: Aus dem Satz „Ich esse gerne 2 Muffins mit Vanille-Eiscreme!“ wird das Passwort „leg2MmV-E!“

Pornografie: Die Verbreitung von Pornografie und insbesondere deren Weitergabe an Minderjährige unter 18 Jahren ist strafbar. Dazu zählen auch private Nacktfotos und Sexting! Schickt deine Freundin dir beispielsweise ein Nacktfoto von sich und ihr seid beide Minderjährig, macht ihr euch strafbar. In diesem Fall würde das sogar als Kinderpornografie betrachtet werden, und schon der Besitz solcher Bilder oder Videos ist strafbar!

- Leite keine pornografischen Bilder oder Videos weiter.
- Mach keine Nacktfotos oder Bilder in anzüglichen Posen von dir oder deiner Freundin / deinem Freund. Auch wenn ihr frisch verliebt seid: Es kommt immer wieder vor, dass Nacktbilder nach einer Trennung die Runde machen und dann weiß schnell die ganze Klasse, wie du unter deinen Klamotten aussiehst.
- Wenn du verstörende Inhalte gesehen hast oder jemand intime Bilder von dir geteilt hat (egal ob sie echt oder gefälscht sind), sprich darüber mit einer erwachsenen Vertrauensperson (z. B. mit jemandem aus der Schulsozialarbeit, einer Lehrkraft oder deinen Eltern).
- Du kannst auch das Sorgentelefon 116 123 oder die Nummer gegen Kummer 116 111 (beide kostenlos und anonym) anrufen.

Gewaltvideos: Auch Gewaltvideos und deren Weitergabe an Minderjährige unter 18 Jahren sind illegal. Nach §131 des Strafgesetzbuches ist die „Herstellung und Verbreitung von Medien, die grausame oder unmenschliche Gewalttätigkeiten gegen Menschen zeigen“ verboten und die Weitergabe via Smartphone gilt als Verbreitung.

- Beteilige dich nicht an der Weitergabe von Gewaltvideos.
- Wenn du verstörende Inhalte gesehen hast, sprich darüber mit einer erwachsenen Vertrauensperson (z. B. mit jemandem aus der Schulsozialarbeit, einer Lehrkraft oder deinen Eltern).
- Du kannst auch das Sorgentelefon 116 123 oder die Nummer gegen Kummer 116 111 (beide kostenlos und anonym) anrufen.

Virenschutz und Spam: Werbenachrichten, Kettenbriefe oder komische Nachrichten – fast alle haben schon einmal solch lästigen Spam erhalten. Oft verstecken sich dahinter Viren oder Schadprogramme:

- Öffne nur Links, Apps und Dateien auf deinem Smartphone, wenn du den Absender sicher kennst bzw. du davon ausgehen kannst, dass die Inhalte unbedenklich sind.
- Nutze auch auf deinem Smartphone einen Virenschanner und, wenn möglich, einen Werbeblocker.
- Installiere auf deinem Smartphone nur Apps aus den offiziellen App-Stores.

Kostenfallen und In-App-Käufe: Kostenlose Apps finanzieren sich meist über Werbung, hinter der nicht selten Abofallen lauern, oder durch sogenannte In-App-Käufe. Das heißt, es handelt sich um kostenpflichtige Zusatzfunktionen, die man direkt in der App kaufen kann. Beides kann schnell sehr teuer werden:

- Schließe kein Abo per Smartphone ab und aktiviere über deinen Mobilfunkanbieter die sogenannte Drittanbietersperre.
- Achte auf dein Widerrufsrecht und mache davon im Zweifel Gebrauch. Ob bei kostenpflichtigen Apps oder In-App-Käufen, in der Regel bieten seriöse Anbieter mit jedem Kauf ein solches Widerrufsrecht an. Mehr dazu erfährst du auch im Kapitel „Verbraucherschutz“.
- Blockiere automatische In-App-Käufe. Eine Anleitung, wie das bei den jeweiligen Betriebssystemen funktioniert, findest du z. B. auf www.klicksafe.de.

Informative Links zum richtigen Umgang mit deinem Smartphone

- <http://www.klicksafe.de/smartphones/>
- <http://www.handysektor.de>
- <http://www.chatten-ohne-risiko.net/teens>





Kommunikation und Selbstinszenierung im Netz

Auf einen Blick

Gerade die Sozialen Netzwerke und Messenger bieten dir jede Menge kreative und abwechslungsreiche Möglichkeiten, um mit Freunden und Freundinnen, der Familie oder anderen Personen zu kommunizieren und dich selbst darzustellen. Doch worauf sollte man bei der Kommunikation im Netz achten? Welche Chancen und Risiken bringt der Trend, zahlreiche Details über sich und seinen Lebensstil im Internet zu publizieren, mit sich? Und wie kannst du dich vor Problemen schützen? Dieses Kapitel gibt dir einen Einblick.

Inhalt

In und mit Medien kommunizieren	215
Selbstinszenierung im Netz	215
Kommunikation und die eigene Präsentation in Sozialen Netzwerken	217
Wo ist das Problem?	217
Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre in Sozialen Netzwerken	219
Tipps zur Kommunikation im Netz	220

In und mit Medien kommunizieren

Studien wie die jährliche „JIM – Jugend, Information, Medien“ zeigen, dass Kinder und Jugendliche das Internet vor allem zu Kommunikationszwecken nutzen. Kommunikation von Jugendlichen im Internet läuft dabei hauptsächlich über Messenger-Dienste (z. B. WhatsApp) oder Soziale Netzwerke (z. B. Instagram, TikTok) ab.

Nutzt du das Internet auch so gerne als Kommunikationsplattform? Schnell und unkompliziert kannst du Kontakt mit anderen aufnehmen, ihnen Bilder oder Texte schicken, Sprachnachrichten oder Videobotschaften teilen und Familie, Freunde und Freundinnen, Bekannte und dir unbekannte Personen ganz leicht an deinem Alltag teilhaben lassen. Außerdem kannst du im Internet Gleichaltrige oder Gleichgesinnte finden, wenn du persönliche Probleme und Fragen hast, die du lieber anonym beantwortet haben möchtest (z. B. auf Blogs und in Foren).



Die JIM-Studie: „Jugend, Information, Medien“

Die JIM-Studie wird seit 1998 jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest durchgeführt. Dabei werden deutschlandweit mehr als 1000 Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren zu verschiedenen Themenschwerpunkten ihrer Mediennutzung befragt.

Die JIM-Studie ist sicherlich auch für dich interessant und stellt viele wichtige Informationen bereit, z. B. wie Jugendliche in Deutschland Medien nutzen und wahrnehmen.

Auf www.mpfs.de findest du weitere ausführliche Informationen zur JIM-Studie und auch zu anderen Studien rund um die Mediennutzung.

Wie sieht es bei dir aus?

Schreibe auf, welche Kommunikationsmedien du nutzt und wie viel Zeit in der Woche du ungefähr damit verbringst. Das wichtigste Medium bzw. Gerät soll ganz oben stehen:

- 1)
- 2)
- 3)

Selbstinszenierung im Netz

Das Social Web bietet darüber hinaus neue Wege der Auseinandersetzung mit dir selbst, mit deiner Umwelt und damit auch bei der Identitätsfindung. Soziale Netzwerke und Instant Messenger sind passende „Räumlichkeiten“, um sogenannte Teil-Identitäten, beispielsweise eine neue Frisur oder einen neuen Look (z. B. in Form eines Selfies) auszutesten. Gleichzeitig steigt durch die aktive Beteiligung in den Sozialen Netzwerken aber auch der Druck, permanent online zu sein und die Nutzer/-innen auf den neusten Stand bringen zu müssen. Kommt man dem nicht nach, ruft dies bei Freunden und Freundinnen, Bekannten oder Followern schnell negative Reaktionen hervor.

Dieser konstante, meist unterbewusste Druck, dem Jugendliche ausgesetzt sind, führt oftmals dazu, dass sie sich online nicht so darstellen wie sie **wirklich** sind, sondern wie sie von anderen **gesehen**

werden wollen. Auch Influencer/-innen auf YouTube, Instagram und Co, wie Bibi von „BibisBeautyPalace“ oder Pamela Reif, tragen zu dem Drang bei, nach außen hin perfekt zu wirken. Risiken, wie Magersucht oder Sportbesessenheit, werden dafür in Kauf genommen.

Der eigene Körper in Zeiten von Photoshop und Co

Immer wieder entstehen perfekt inszenierte oder auch freizügige Aufnahmen unter dem (Ein-)Druck der sozialen Erwünschtheit, denn in den Medien (sei es Internet, Fernsehen oder sogar Games) wird das Bild des Körpers stark verzerrt. Fotos von makellosen und perfekt trainierten Körpern überfluten das Netz. Schnell vergleicht man sich mit dem Gesehenen, stellt fest, dass man diesem Ideal nicht ähnlich sieht, und gerät in Selbstzweifel. Dabei wird jedoch häufig vergessen, dass man dem Ideal überhaupt nicht ähnlich sehen kann – die Bildbearbeitung durch Photoshop und die Verwendung von Filtern produzieren teils unrealistische Körperbilder.

Lass dich von solchen Bildern nicht täuschen und unter Druck setzen! Jeder Mensch ist in seiner Art einmalig und sollte lernen, den eigenen Körper und den anderer Menschen so zu akzeptieren und wertzuschätzen, wie er ist.



Schönheit bedeutet für jede/-n etwas anderes und ist auch davon abhängig, wo wir aufwachsen und in welcher Zeit wir aufwachsen. Die Journalistin Esther Honig hat vor einigen Jahren ein Bild von sich an Künstler/-innen aus der ganzen Welt gesendet mit dem Auftrag: „Lasst mich schön aussehen!“ Entstanden sind viele unterschiedliche Bilder, die zeigen, wie vielfältig Schönheit sein kann. Auf YouTube kannst du dir anschauen, wie die Fotos bearbeitet wurden: <https://www.youtube.com/watch?v=BrzDgnq8Q3k&t=1s>

Es ist wichtig, hinter die Kulissen zu schauen und sich von dem Phänomen der Selbstinszenierung ein wenig zu distanzieren. Auch du als Smepper kannst einen Beitrag dazu leisten und andere Mitschülerinnen und Mitschüler über das Phänomen der Selbstinszenierung und die damit verbundenen Probleme aufklären. Außerdem kannst du ihnen vermitteln, dass beispielsweise Influencer/-innen vor allem danach streben, möglichst viele Likes zu sammeln, um entsprechende Summen an Geld damit zu verdienen. Gleichzeitig ist es wichtig, seinen eigenen Körper so zu mögen, wie er ist, und sich nicht für andere in den Sozialen Netzwerken zu verstellen.



Kennst du den Dokumentarfilm „Embrace“ der Australierin Taryn Brumfitt? Sie setzt sich u. a. im Rahmen dieses Films mit dem Phänomen von Selbstinszenierung und Body Shaming auseinander und möchte andere mit der Botschaft erreichen, dass jeder Körper etwas ganz Besonderes ist.

Natürlich kann das Spielerische und Experimentelle im Netz für eine bestimmte Zeit jede Menge Spaß machen. Wenn es aber um die eigene Identität geht, sind real erlebte Freundschaften, die dir immer widerspiegeln, wer du wirklich bist, sehr wichtig. Die Online-Kommunikation ersetzt die persönlichen Beziehungen nicht, sondern ergänzt und vertieft sie im Idealfall.

Kommunikation und die eigene Präsentation in Sozialen Netzwerken

Alle Sozialen Netzwerke leben von der Kommunikations- und Präsentationsfreude ihrer Nutzerinnen und Nutzer. Viele hinterlegen dazu auf ihren Profilen persönliche Fotos oder Videos. Einige Angebote (z. B. Instagram oder Snapchat) sind sogar speziell für den Austausch solcher Inhalte entwickelt worden. Es ist faszinierend „always on“ zu sein und stets die neusten Informationen und Nachrichten seiner Freundinnen und Freunde zu erhalten. Doch gerade weil die Faszination so groß ist und die Möglichkeiten so vielfältig sind, solltest du stets darauf achten, wem du welche Informationen in Form von Text-, Bild- oder Video-nachrichten zur Verfügung stellst, denn schnell kann ein Bild in die Hände der falschen Person geraten, was schwerwiegende Folgen nach sich ziehen kann.

Problemen vorbeugend entgegenwirken

Welche Probleme können eintreten, wenn du mit Freundinnen und Freunden, Bekannten oder gar dir unbekannt Menschen über das Internet kommunizierst? Nenne einige Beispiele und trage sie in den folgenden Zeilen ein. Im Anschluss kannst du dich in der SMEP-Gruppe austauschen und die wichtigsten Regeln bestimmen, um Probleme zu vermeiden.

Welches sind deine 5 wichtigsten Regeln bei der Kommunikation im Internet?

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

Wo ist das Problem?

Cybergrooming

Im Internet hast du nicht nur die Möglichkeit, dich mit Freundinnen und Freunden oder auch mit deiner Familie zu unterhalten, sondern du kannst innerhalb von Online Games, in den Sozialen Netzwerken, aber auch über Instant Messenger mit Menschen kommunizieren, die du in der realen Welt gar nicht kennst. Das kann natürlich spannend sein, gerade wenn man eine Abwechslung zu seinem Alltag sucht oder eine externe Meinung zu etwas haben möchte. Gleichzeitig birgt der Kontakt mit Unbekannten jedoch auch schwerwiegende Gefahren. Vor allem Fälle von Cybergrooming werden in der letzten Zeit immer wieder bekannt. Was genau das ist und wie du dich davor schützen kannst, erfährst du beispielsweise auf der Internetseite von Klicksafe unter <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-grooming/>.

Sexting – Intime Bilder per Messenger und Co

Ein anhaltender Trend bei Jugendlichen ist das sogenannte Sexting (der Begriff ist eine Zusammensetzung aus „Sex“ und „Texting“). Dabei werden freizügige Fotos oder Videos per Smartphone oder Computer versendet. Was man genau unter dem Begriff versteht und zu welchen Problemen Sexting führen kann, könnt ihr auf <https://www.handysektor.de/sexting> nachlesen.

Urheberrecht: Nicht alles, was möglich ist, ist auch erlaubt!

Mit der Vielfalt der neuen Kommunikationswege haben sich auch die Transportwege von digitalen Dateien in Form von Bildern, Videos oder Audiodateien vereinfacht. Fotos werden gepostet, mit Filmsequenzen oder Videoclips werden aktuelle Vorlieben publiziert und auch die persönliche Lieblingsmusik kann ohne Probleme mit Freundinnen und Freunden geteilt werden. Dennoch sind gerade beim Versand von Bildern, Videos oder Audiodateien – vor allem wenn es sich um fremde Inhalte handelt (sie also nicht selbst produziert wurden) – besondere Vorsichtsmaßnahmen zu berücksichtigen. Gesetze wie das Urheberrecht sind für Nicht-Juristen mitunter nur schwer verständlich und damit verbunden ist auch die Grenze zwischen legal und illegal nicht immer allen klar. Gerade bei Kindern und Jugendlichen herrscht oft die Meinung vor, dass das, was technisch geht und „alle machen“, auch erlaubt ist. Doch diese (falsche) Annahme kann schnell verhängnisvolle rechtliche Folgen haben.

Entsprechend ist es wichtig, dass du dich mit den Grundlagen des Urheberrechts auseinandersetzt, um Rechtsverstöße und damit verbundene Probleme zu verhindern. Einen guten Einstieg dazu findest du im Kapitel „Urheberrecht im Internet“.

Das Internet vergisst nichts

Das Internet vergisst nichts. Das sollte man sich immer vor Augen führen. Wo ist das Problem, fragst du dich? Nicht alles ist nach Jahren noch cool, wie etwa die Fotos aus der F-Jugend beim Fußball, ein Party-Bild von dir mit Wodka-Flasche und Zigarette in der Hand oder ein Foto der Grundschul-Tanzgruppe, das man am liebsten nicht mehr sehen will. Auch die Standortdaten, die bei der mobilen Internetnutzung anfallen, geben ein genaues Bewegungsprofil von dir wieder. Und willst du wirklich, dass man weiß, wo du wann gewesen bist? All diese Einzelinformationen, die man über sich veröffentlicht oder die von den Anbietern gesammelt werden, können zusammengeführt werden und ergeben so ein sehr umfassendes Bild von einer Person. Das kann sich auch auf das Berufsleben auswirken: Immer mehr Arbeitgeber/-innen informieren sich unter anderem in Sozialen Netzwerken über Bewerberinnen und Bewerber oder lassen beobachten, was ihre zukünftigen Mitarbeiter/-innen in den Sozialen Netzwerken posten.

Welche Informationen findest du über dich im Netz?

Google dich selbst! Gib deinen Namen bei www.yasni.de oder www.google.de (v. a. die Bildersuche) ein. Notiere in der Tabelle mithilfe einer Strichliste deine Trefferquote. Probier dabei auch Kombinationen mit dem Namen deiner Schule, deinem Wohnort oder deinem Verein aus.

Strichliste		Anmerkungen
Normale Bilder		
Bedenkliche Bilder		

Was hat dir gar nicht gefallen, was im Netz über dich oder andere steht?

.....

.....

.....

Wie willst du den Umgang mit deinen Posts und Daten in Zukunft handhaben? Stelle ein paar Regeln für dich auf und versuche, bedenkliche Inhalte über dich im Netz zu vermeiden.

.....

.....

.....

Die kleine Übung zu deinem virtuellen Fußabdruck soll dir die bereits eingestellten Informationen über dich im Netz vor Augen führen. Im folgenden Abschnitt kannst du lernen, mit Informationen über dich noch sinnvoller bzw. sicherer umzugehen. Von dem Wissen, das du dir hier aneignest, können außerdem noch viele andere Schüler/-innen an deiner Schule profitieren. Sei dir in jedem Fall stets bewusst, dass alle Informationen, die du ins Internet stellst, auch dort bleiben und leicht aufgefunden werden können.

Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre in Sozialen Netzwerken

In Sozialen Netzwerken ist es äußerst wichtig, selbst etwas für seine Privatsphäre zu tun! Das erfordert Nachdenken und Aufwand. Es wird sich aber lohnen, wenn man von Anfang an für sich eine Art Identitätsmanagement im Netz ausarbeitet. Der Leitfaden dabei ist das, was man selbst will, und die Hauptfragen sind: Was soll im Netz über mich zu finden sein? Wie stelle ich mich als Person im Internet dar?

Diese Fragen sollten stets im Mittelpunkt stehen, wenn es darum geht, Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre vorzunehmen bzw. Berechtigungen für Apps freizugeben. Maßnahmen zum Schutz der Privatsphäre und das Anlegen von Freundeslisten oder Gruppen sollten für dich nach der SMEP-Ausbildung aber kein Problem mehr sein.

Da die Anbieter von Sozialen Netzwerken recht oft die Privatsphäre-Einstellungen ändern, solltest du dich diesbezüglich immer auf dem Laufenden halten. Prüfe beispielsweise ab und zu, welche neuen Funktionen oder Änderungen es hierzu in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) gibt.

Es kann vorkommen, dass du selbst mit deinen eigenen Daten zwar sehr vorsichtig umgehst und auch keine Fotos ins Netz stellst, aber andere, zum Beispiel Mitschüler/-innen, Fotos von dir ins Netz stellen. Dann musst du unbedingt darauf reagieren und die Personen darauf hinweisen, dass du nicht dein Einverständnis gegeben hast, bestimmte Fotos oder Informationen ins Internet zu stellen. Nur so kannst du schließlich sicherstellen, dass auch nur die Materialien online sind, die tatsächlich im Einklang mit deinem Identitätsmanagement (siehe oben) stehen.

Suche nach geeigneten Materialien zur Einstellung der Privatsphäre!

Zu den besten Internetportalen zum Thema „Mediennutzung von Jugendlichen“ gehören www.klicksafe.de und www.handysektor.de. Suche hier und auf anderen Seiten geeignete Anleitungen für die besten Einstellungen zur Privatsphäre bei TikTok, WhatsApp, Snapchat, Instagram und YouTube! Notiere dir hier die entsprechenden Links:

.....

.....

.....

Und jetzt du! Gehe die Anleitungen durch, vergleiche die Einstellungsmöglichkeiten und nimm bei Bedarf die richtigen Einstellungen in deinen Profilen vor.



Wusstest du schon, dass Instagram erst ab 13 Jahren und WhatsApp ab 16 Jahren genutzt werden dürfen? Laut AGB dürfen die Apps von Jüngeren nur nach Zustimmung der Eltern genutzt werden.

Tipps zur Kommunikation im Netz

Die Kommunikation per Smartphone sollte genauso nett und freundlich sein wie bei Begegnungen in der Realität. Daher:

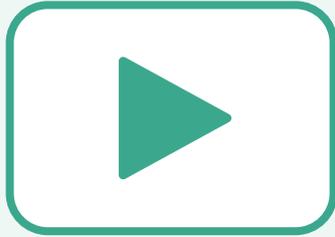
- Beleidige keine anderen Personen! Weder in Sozialen Netzwerken noch über persönliche Nachrichten. Wenn du mit einer bestimmten Person ein Problem hast, regelt es von Angesicht zu Angesicht und ohne Beleidigungen. Vergiss also nicht, dass auf der anderen Seite eines Chats ein Mensch sitzt, der Gefühle hat!
- Halte Distanz zu Menschen, die du im Internet kennengelernt hast. Du weißt nie, wer wirklich hinter den Profilen steckt!
- Schütze deine Privatsphäre in Sozialen Netzwerken und Instant Messengern. Prüfe dazu regelmäßig deine Einstellungen und passe sie gegebenenfalls so an, dass nicht jede/-r Zugriff auf all deine geposteten Informationen hat.

- Gib möglichst keine freizügigen Fotos von dir weiter – selbst, wenn es sich um deinen Partner oder deine Partnerin handelt. Du weißt nie, was mit den Bildern später (z. B. bei einer Trennung oder einem Streit) alles passieren kann!
- Im Internet gibt es keine nonverbale Kommunikation, wie beispielsweise die Körpersprache! Achte daher bei deinen Nachrichten darauf, dass man sie nicht missverstehen kann, und setze (je nachdem für welche Person die Information bestimmt ist) Emoticons ein, um eine Aussage zu verdeutlichen.
- Schnappschüsse und Videos von dir, deinen Freundinnen und Freunden oder von anderen Personen, solltest du nicht sofort im Internet posten, um alle daran teilhaben zu lassen. Frage dich vor jedem Upload:
 - Wer ist wie auf dem Foto oder Video zu sehen?
 - Könnte es dich oder andere in eine missliche Lage bringen?
 - Hast du das Einverständnis der abgebildeten Person/-en?
 - Warum muss das Foto oder Video überhaupt ins Internet?



Das Musikvideo „Knigge 2.0“ von Ben Bohnert, der in seinem Projekt Rap|Art|Schule über Bildungsthemen rappt, gibt dir noch einmal einen Überblick über wesentliche Aspekte, die du im Netz unterlassen und auf die du besonders aufpassen solltest. Finden kannst du das Video auf YouTube (https://www.youtube.com/watch?time_continue=95&v=vATAdBHM3ZI).





YouTube

Auf einen Blick

YouTube ist eines der populärsten Streaming-Portale im Internet und erfreut sich sowohl bei Erwachsenen als auch bei Kindern und Jugendlichen größter Beliebtheit. Mit der Popularität der Seite geht aber auch eine zunehmende Kommerzialisierung einher, die sogar die jüngsten Nutzer/-innen als Konsumenten und Konsumentinnen ins Visier nimmt. Das folgende Kapitel informiert dich darüber, wie über die Seite Einnahmen generiert werden und welche Verkaufsstrategien dabei eine Rolle spielen.

Inhalt

YouTube – Geschichte einer Internetplattform	225
Welche Video-Kategorien gibt es?	225
Einen YouTube-Kanal analysieren	226
Werbung auf YouTube	227
Traumberuf YouTuber? Interview mit Oğuz Yılmaz	228

YouTube – Geschichte einer Internetplattform

Die Internetseite YouTube wurde am 15. Februar 2005 von Chad Hurley, Steve Chen und Jawed Karim gegründet und bereits 2006 an den heutigen Besitzer Google verkauft. Es war Jawed Karim selbst, der am 23. April 2005 das erste YouTube-Video mit dem Titel „Me at the Zoo“ postete, das ihn vor einem Elefantengehege zeigt. Der Begriff „Tube“ bedeutet im Englischen so viel wie „Glotze“, ein umgangssprachlicher Begriff für Fernsehen. Schon damals ermöglichte YouTube seinen Nutzerinnen und Nutzern, kostenlos Videos anzuschauen, hochzuladen, zu kommentieren und zu bewerten.

Die hochgeladenen Videos sind dabei in Art und Inhalt sehr unterschiedlich: Musikvideos, Filme, Trailer, Video-Blogs, Erklärvideos und Nachrichten finden sich neben Verschwörungstheorien und religiösem und politischem Extremismus. Auch wenn sich die Grundfunktionen von YouTube in den letzten vierzehn Jahren wenig verändert haben, bleibt die Beliebtheit der Seite ungebrochen. So haben einige Musikvideos die Milliardengrenze weit hinter sich gelassen, z. B. Ed Sheeran „Shape of You“ (über 5 Mrd.).

Schau dir das erste YouTube-Video „Me at the Zoo“ an (<https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>). Wie würdest du es heute, fast 20 Jahre später, bewerten? Was hat sich seitdem alles verändert?

Welche Video-Kategorien gibt es?

Mit der zunehmenden Kommerzialisierung von YouTube, z. B. durch Werbe-Einblendungen, entwickelte sich in den letzten Jahren auch ein neues „Berufsbild“, das des „YouTubers / der YouTuberin“. Die Videos von YouTubern und YouTuberinnen lassen sich dabei oft verschiedenen Kategorien zuordnen. Besonders beliebt sind sogenannte **Let's Plays**, bei denen der / die YouTuber/-in ein Videospiel spielt und es kommentiert. Der bekannteste Let's-Player aus Deutschland ist Gronkh, der im wahren Leben Erik Lange heißt. Ein anderes häufiges Thema bei YouTube sind sogenannte **Life Hacks**. Hierbei handelt es sich um Tipps und Tricks, die das Leben einfacher machen. Videos wie „Zwiebeln schneiden ohne Tränen“ gehören in diese Kategorie. Inhaltlich verwandt sind sogenannte **Tutorials**, also Online-Anleitungen: Wie bringe ich meinen neuen Fernseher zum Laufen? Wie backt man eine Schokoladentorte? oder Wie schminke ich mich richtig? Auch **Nachrichten** gibt es auf YouTube. Diese sind aber meist nicht neutral, sondern werden durch den / die YouTuber/-in stark kommentiert. Besonders bekannt in diesem Kontext wurde LeFloidd, der mit bürgerlichem Namen Florian Mundt heißt und schon die Bundeskanzlerin Angela Merkel interviewte.

Sehr häufig sieht man auf YouTube auch **Hauls**. Hierbei packt ein/-e YouTuber/-in ein Paket oder seine neuesten Einkäufe aus, um sie vor der Kamera zu präsentieren. Ein ähnliches Format sind **Unboxings**, bei denen jemand ein Paket live vor der Kamera auspackt. Oft haben die Personen das Paket von einer Firma kostenfrei zugeschickt bekommen, um Produkte zu testen oder einfach nur Werbung zu machen.

Nicht zuletzt gibt es YouTuber/-innen, die sich keiner der vorherigen Kategorien zuordnen lassen. Oft dokumentieren sie als sogenannte Video-Blogger/-innen (oder **Influencer/-innen**) ihr Leben und lassen so die Online Community (scheinbar) hautnah daran teilhaben. Besonders Dagi Bee und Julien Bam haben sich in diesem Bereich einen Namen gemacht.

Welche Video-Kategorien auf YouTube kennst du noch? Liste Sie auf.

.....

.....

.....

Welche Video-Kategorien auf YouTube schaust du gerne? Was gefällt dir daran?

.....

.....

.....

Einen YouTube-Kanal analysieren

Um einen YouTube-Kanal zu analysieren, solltest du folgende Punkte anschauen:

Informationen zum Kanal	Inhalte der Videos
<ul style="list-style-type: none"> • Welche Informationen erhält man in der Kanalbeschreibung? • Wie viele Abonnenten hat der / die YouTuber/-in? • Wie viele Abrufe haben die Videos? • Gibt es Verlinkungen zu anderen Kanälen? 	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Themen oder Aspekte werden in den Videos angesprochen? • Was für Informationen findet man in den Videobeschreibungen? • Sind die Filme in verschiedene Kategorien (Playlists) geordnet? • Gibt es im Video (oder in der Videobeschreibung) Links? Wo führen diese hin? • Gibt es Möglichkeiten, mit dem / der YouTuber/-in in Kontakt zu treten? • Wird zu irgendeinem Zeitpunkt Werbung für etwas gemacht?
Gestaltung der Videos	Eigene Meinung
<ul style="list-style-type: none"> • Wie sind die Videos gestaltet (Schnitt, Farben, Bild- oder Toneffekte)? • Wie ist die Sprache des YouTubers / der YouTuberin (gehobene Sprache, Alltagssprache)? • Wie werden die Informationen präsentiert (neutral und sachlich oder wertend und emotional)? • Wird Musik eingesetzt? Wenn ja, an welchen Stellen? 	<ul style="list-style-type: none"> • Hat dir der Kanal gefallen? Wenn ja, was hat dir gefallen? • Wenn nein, was hat dich gestört? • Wie findest du den / die YouTuber/-in: sympathisch oder unsympathisch?



Im mentoren-net findest du diese Tabelle als Kopiervorlage zum Ausfüllen. Entscheide dich für einen YouTube-Kanal und analysiere ihn nach dem dargestellten Muster. Notiere deine Ergebnisse in der Tabelle.



Werbung auf YouTube

Schon beim Anklicken eines YouTube-Videos startet meist ein Werbespot. Diese Werbespots direkt vor einem Film werden „**Pre-Roll**“ genannt. Werbespots in der Mitte heißen „**Mid-Roll**“ und Werbespots am Ende des Videos „**Post-Roll**“.

Auch die Video-Inhalte selbst sind nicht frei von Werbung. Präsentiert ein/-e YouTuber/-in ein Produkt, werden oft Links eingeblendet, die zur jeweiligen Homepage des Unternehmens führen, wo man das Produkt kaufen kann. Solche Links, die man auch in der Videobeschreibung findet, werden „**Affiliate-Links**“ genannt. Der Begriff „Affiliate“ kommt aus dem Englischen und bedeutet so viel wie „Vertragspartner“. Das bewusste Platzieren von Produkten in Videos, um sie später zu verkaufen, wird in der Werbebranche auch als „**Product Placement**“ bezeichnet.

Viele YouTube-Blogger/-innen (Vlogger/-innen) legen auch großen Wert auf die Interaktion mit ihren Zuschauern. Sie präsentieren sich als Stars zum Anfassen und nicht selten entsteht der Eindruck, dass sie direkt aus ihrem Wohnzimmer senden. Dabei sind gerade die Videos von professionellen YouTubern und YouTuberinnen aufwendig produziert und nicht „selbstgemacht“. Dahinter stehen sogenannte **Multi-Channel-Netzwerke**, die eine Vielzahl von YouTube-Bloggern und -Bloggerinnen unter Vertrag nehmen und sie bei der Produktion ihrer Videos unterstützen. Manchmal „besuchen“ sich YouTuber/-innen auch gegenseitig in ihren Videos. Hierbei kann man davon ausgehen, dass beide beim gleichen Multi-Channel-Netzwerk unter Vertrag sind. Werbung über zwei Kanäle hinweg wird deswegen auch „**Cross-Promotion**“ genannt. Nicht zuletzt vertreiben YouTuber/-innen auch **Merchandise-Artikel**, die man auf der persönlichen Homepage des Vloggers / der Vloggerin findet: T-Shirts, Kappen, Parfum und vieles mehr kann dort gekauft werden.

Auch wenn die YouTuber/-innen sich größte Mühe geben, als beste digitale Freunde zu erscheinen, werden bei genauerem Hinschauen sehr konkrete finanzielle Interessen deutlich. Sicherlich ist es legitim, dass sie mit ihrer Arbeit Geld verdienen. Gleichzeitig redet man in der Branche ungern über Geld. Die genauen Honorare der YouTuber/-innen sind nicht bekannt, wahrscheinlich aus Angst, Fans könnten irritiert sein. Bei Geld hört nämlich bekanntlich die Freundschaft auf.



Influencer und Content Creator tomatolix gibt einen Einblick in seinen Alltag und spricht mit anderen YouTubern und YouTuberinnen darüber, wie hart die Arbeit als Influencer/-in tatsächlich ist: https://www.youtube.com/watch?v=QnRQYQ_q9xU

Wie sind deine persönlichen Erfahrungen mit Werbung auf YouTube?

Traumberuf YouTuber? Interview mit Oğuz Yılmaz

Oğuz Yılmaz war Teil des YouTube-Comedy-Trios Y-Titty, das mit über 3,1 Millionen Abonnenten und über 700 Millionen Videoaufrufen einen der erfolgreichsten deutschen YouTube-Kanäle betrieb. 2014 gewann die Gruppe einen Echo in der Kategorie „Bestes Video National“. Im Dezember 2015 löste sich Y-Titty auf. Oğuz Yılmaz ist heute Geschäftsführer einer Social-Media-Beratungsagentur.

Sieh dir das Interview mit Oğuz Yılmaz unter <https://www.youtube.com/watch?v=2HQO189eoks&t=295s> an. Achte darauf, welche Eigenschaften man als erfolgreicher YouTuber bzw. erfolgreiche YouTuberin mitbringen muss. Fülle danach die Stellenanzeige aus. Wie würdest du sie im Namen von YouTube formulieren.

STELLENANZEIGE

Junge Mitarbeiter/-innen für YouTube gesucht!

Wir suchen neue Mitarbeiter/-innen, die einen eigenen kreativen Kanal aufbauen.
Mach mit!

Als YouTuber/-in hast du viele Vorteile:

-
-
-

Du solltest dafür aber folgende Fähigkeiten und Talente mitbringen:

-
-

**Bewirb dich jetzt mit einem kreativen Video und überzeuge uns,
dass du der nächste YouTube-Star sein kannst!**

„YouTuber/-in ist ein Traumberuf!“ Bist du auch dieser Meinung?
Begründe deine Meinung.





Mobbing und Cybermobbing

Auf einen Blick

Mobbing und Cybermobbing sind bekannte und weitverbreitete Phänomene. Doch viele wissen gar nicht genau, was wirklich dahinter steckt, wie sehr die Opfer unter den Beleidigungen und Anschuldigungen leiden, ebenso wenig welche Folgen Mobbing haben kann. Dieses Kapitel soll dir einen Überblick über diesen Themenbereich geben und dir und deiner SMEP-Gruppe helfen, (Cyber-)Mobbing aus einer praktischen Sicht und aus unterschiedlichen Perspektiven zu analysieren.

Inhalt

Was hinter Cybermobbing steckt	233
Die Ursachen von Cybermobbing	234
Mögliche Auswirkungen von Cybermobbing	235
Cybermobbing: Was kannst du tun?	236



Bild: gettyimages/ Sestovic

Was hinter Cybermobbing steckt

„Unter Cyberbullying oder Cybermobbing versteht man die Beleidigung, Bedrohung, Bloßstellung oder Belästigung von Personen mithilfe von Kommunikationsmedien, beispielsweise über Smartphones, E-Mails, Websites, Foren, Chats und Communities.“

Definition des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Quelle: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/kinder-und-jugend/medienkompetenz/was-ist-cybermobbing--86484>

Mobbing ist leider weit verbreitet und fast jede Schule hat hier schon eigene Erfahrungen gemacht. Daher ist es wichtig, auch als Smepper vorbeugend etwas dagegen zu tun. Wenn Personen gemobbt werden, geschieht dies in der Regel durch Schrift und Sprache. Bloßstellungen, Bedrohung, Verunglimpfung, Beschimpfungen, aber auch Ausgrenzung ist eine mögliche Vorgehensweisen der Täter/-innen. Mit falschen Behauptungen und Belästigungen werden Opfer über einen längeren Zeitraum gezielt gemüht.

Cybermobbing treibt das Mobbing auf die Spitze. Beim Cybermobbing bedienen sich die Täter/-innen digitaler Medien und Kommunikationsmittel, um ihre Opfer zu verletzen. Häufig werden dafür peinliche Videos und Fotos genutzt, die mitunter manipuliert sind. Personen, die von Cybermobbing betroffen sind, haben keine sicheren Schutzräume mehr: Das Mobbing ist allgegenwärtig, in jedem Lebensbereich, da sich über Onlinemedien in Sekundenschnelle viele Menschen erreichen und Unwahrheiten verbreiten lassen. Kommt beispielsweise ein freizügiges Foto in die falschen Hände, können Mobbing und Cybermobbing schnell die Folge sein. So wird die betroffene Person beispielsweise mit Veröffentlichungen in Sozialen Netzwerken, anonymen und lästigen Anrufen, falschen Behauptungen in Hassgruppen oder

Messenger-Nachrichten bloßgestellt, bedroht und gedemütigt. Die Täter/-innen, „Bullys“ genannt, suchen sich dabei meist ein Opfer, das sich schwer zur Wehr setzen und entsprechend einfach sozial isoliert werden kann.

Im Gegensatz zum Offlinemobbing sind die Möglichkeiten des Cybermobbings beinahe unbegrenzt: Rund um die Uhr können die Täter/-innen falsche Behauptungen und Verleumdungen an eine unüberschaubar große Zahl an Mitläuferinnen und Mitläufern verbreiten, ohne dabei ihre Identität preisgeben zu müssen. Zudem sind die Hemmschwellen für Bloßstellungen deutlich geringer als beim klassischen Mobbing, da man dem Opfer nicht in die Augen sehen muss. Im schlimmsten Fall kommen Mobbing und Cybermobbing zusammen, wobei die Opfer nicht nur im realen Umfeld (zum Beispiel der Schule), sondern zusätzlich über die digitalen Medien beleidigt und bloßgestellt werden.

Die Ursachen von Cybermobbing

Die Motive bzw. Ursachen für Cybermobbing können sehr vielfältig sein. Damit du eine grundlegende Idee davon bekommst, findest du hier einige Beispiele:

- Neid
- Langeweile
- Rache
- gestörte Kommunikation oder Konflikte
- interkulturelle Konflikte
- eine zerbrochene Freundschaft oder Beziehung
- Veröffentlichung einer privaten Info, deren Auswirkung man sich nicht bewusst ist

Methode: Wie fühlt sich Mobbing an?

Teste in deiner SMEP-Gruppe mit einer einfachen Übung aus, wie sich Mobbing anfühlt, um ein besseres Verständnis dafür zu bekommen:

Setzt euch in einen Stuhlkreis. Eine/-r von euch steht wiederum in der Mitte und hat keinen Platz im Kreis. Seine / ihre Aufgabe ist ganz einfach: Er / sie muss einen Platz finden. Erschwert wird das jedoch durch diejenigen von euch, die sitzen. Denn ihr rückt nun immer von Stuhl zu Stuhl weiter. Lasst ab und an eine kleine Lücke, um der Person im Kreis die Chance zu geben, sich setzen zu können. Lasst sie aber nicht gewinnen. Je länger dieser Versuch andauert, desto unangenehmer wird das Gefühl wahrscheinlich für die Person, die in der Kreismitte steht. Verschiedene Emotionen können so nachempfunden werden. Wie fühlt es sich an, wenn man ausgeschlossen ist? Wie, wenn der eigene Misserfolg zu Frustration führt? Und wie unangenehm ist es, wenn der Blick aller Beteiligten auf einen gerichtet ist? Tauscht auch die Rollen, damit mehrere von euch einmal die Rolle des Opfers erleben.

Mögliche Auswirkungen von Cybermobbing

Wie alle Formen von Mobbing kann Cybermobbing eine ernstzunehmende psychische und körperliche Belastung verursachen. Viele Opfer leiden beispielsweise unter Schlaf-, Ess- und Konzentrationsstörungen, ebenso an Depressionen oder körperlichen Leiden wie Bauchschmerzen. Sie entwickeln zudem Ängste, die sich bei anhaltendem Mobbing weiter verstärken können. Identitäts- und Selbstwertkrisen sind eine weitere Konsequenz, die Mobbing mit sich bringen kann. Im äußersten Extremfall kann Mobbing sogar dazu führen, dass sich die Opfer selbst verletzen – bis hin zum Selbstmord.

Cybermobbing und das Gesetz

Cybermobbing ist zwar keine Straftat, aber einzelne Erscheinungsformen, wie Beleidigungen, Verleumdung oder üble Nachrede, sind strafrechtlich relevant und können entsprechend geahndet werden.

Aufgabe zu Cybermobbing

Informiert euch gemeinsam darüber, was im Cybermobbing einen Straftatbestand darstellt, und notiert dazu Stichpunkte. Gute Informationen hierzu findet ihr unter: <https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/jugendmedienschutz/cybermobbing/rechtsweg-gegen-cybermobbing/>. Diskutiert gemeinsam eigene Beobachtungen in den Sozialen Netzwerken.



Schaue dir mit deiner SMEP-Gruppe einmal den Film „Ich war Täter“ von RobBubble aus der Reihe „Ich war's!“ auf Klicksafe.de an (www.klicksafe.de/service/aktuelles/videoreihe-ich-wars/) und analysiert Robins Verhalten. Kann eine Person Mobbingopfer und -täter zugleich sein? Und was kann man aus der eigenen Mobbingfahrung für den Umgang mit dem Thema lernen?

Perspektive der Beteiligten

Schaue dir den Film „Let’s fight it together“ (<https://www.youtube.com/watch?v=hYrDbGzZVUQ>) gemeinsam mit deiner SMEP-Gruppe an. Hierbei geht es um massives Cybermobbing. Im Film spielen verschiedene Personen mit, die in unterschiedlicher Art und Weise zu dem Cybermobbing-Fall beitragen. Analysiert die einzelnen Personen des Films und füllt dazu die folgende Tabelle aus:

Fragen	Joe	Kim	Mutter	Rob (Mitläufer)
Wie verhält sich ...?				
Warum? (Mögliche Gründe für das Verhalten)				

Notiere im Anschluss, wie du dich selbst verhalten hättest. Diskutiere im Rahmen deiner SMEP-Gruppe nun mit deiner Sitznachbarin oder deinem Sitznachbarn, wie du dich verhalten hättest. Im Anschluss könnt ihr eure Meinungen in der Gruppe austauschen.

Cybermobbing: Was kannst du tun?

Wie du schon weißt, ist Cybermobbing eine Form von Mobbing, bei der jemand durch die Nutzung moderner Kommunikationsmittel über einen längeren Zeitraum hinweg gezielt beschimpft, beleidigt oder verunglimpft wird. Doch was macht Cybermobbing zusätzlich so gefährlich und was kannst du tun?

- Oft kommt es durch das schnelle Posten von Videos oder Fotos über ein Smartphone zu ungewolltem Mobbing, das auch in Cybermobbing übergehen kann. Deshalb ist ganz wichtig, immer erst zu überlegen, welche Folgen ein Foto, Post oder Video im Netz haben kann, bevor du es online stellst.
- Beleidigende und verletzende Beiträge können nicht oder nur schwer aus dem Netz entfernt werden.
- Durch die Dynamik des Internets können Inhalte schnell an unendlich viele Personen verteilt werden.
- Für das Opfer gibt es keinen Rückzugsort, da es durch die moderne Technologie jederzeit erreichbar ist.

Was du tun kannst, um dich zu schützen:

- Gehe stets zurückhaltend mit deinen Daten im Internet um.
- Sei dir darüber im Klaren, dass das Veröffentlichen von persönlichen Daten in Blogs, Sozialen Netzwerken oder Communitys dich verletzlich und entsprechend angreifbar macht.
- Wenn du nicht selbst gemobbt werden möchtest, solltest du auch respektvoll mit anderen umgehen und die (Online-)Regeln einhalten.
- Überprüfe regelmäßig deine Privatsphäre-Einstellungen in den einzelnen Netzwerken und aktualisiere sie gegebenenfalls.

Um Cybermobbing schon im Vorfeld zu verhindern, kannst du als Smepper im Bereich Jugendmedienschutz einen wichtigen Beitrag leisten und Mitschüler/-innen zu den Ursachen und Folgen von Cybermobbing aufklären. Bei Bedarf kannst du auch Informationen an Eltern und Lehrkräfte weitergeben.

Wie kannst du dich bei einem Fall von Cybermobbing am besten verhalten?

- Wenn es einen Fall von Cybermobbing in deinem Umfeld gibt, sollte dies ernst genommen werden. Besprich mit einem Vertrauenslehrer (oder einem anderen Erwachsenen, der für dich vertrauenswürdig ist) das weitere Vorgehen und handle nicht eigenmächtig!
- Cybermobbing ist ein komplexer Prozess, an dem viele verschiedene Personen beteiligt sein können. Deshalb heißt es, Ruhe zu bewahren, keine (weitere) Konfrontation herbeizuführen, sondern mit anderen eine Strategie zu entwickeln.
- Spricht dich jemand an, der oder die Opfer von Cybermobbing ist, kannst du erste Tipps geben:
- Keine übereilten und unüberlegten Handlungen! Kein Zurückmobben!
- Screenshots der Cybermobbing-Attacken aufnehmen und Beweise sammeln.
- Wenn es Möglichkeiten zur Meldung bei der Betreiberplattform gibt, dies nutzen und die Betreiber dazu auffordern, die beleidigenden, verletzenden Posts zu entfernen.
- Alle Kommunikationsmedien abschalten und den Fall melden.
- Einen Erwachsenen deines beziehungsweise seines oder ihres Vertrauens hinzuziehen.

Infos, die du bei akuten Fällen von Cybermobbing weitergeben kannst

- **Beratungsstelle des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg**
Bei Fragen zur Medienerziehung steht das LMZ beratend zur Seite. Die medienpädagogische Beratungsstelle ist telefonisch montags bis donnerstags von 8:30 Uhr bis 16 Uhr und freitags zwischen 8:30 Uhr und 13 Uhr unter 0711 4909 6321 oder jederzeit per E-Mail unter beratungsstelle@lmz-bw.de erreichbar.
- www.schulpsychologie-bw.de (**Schulpsychologische Beratungsstellen**)
Auf der Internetseite der Schulpsychologischen Beratungsstellen in Baden-Württemberg findest du die Adresse einer Beratungsstelle in deiner Region.
- www.nummergegenkummer.de
Wenn du Unterstützung brauchst oder jemand anderes, wende dich an die kostenlose Nummer-gegen-Kummer 116 111 (für Kinder und Jugendliche) und 0800 111 0 550 (für Eltern).
- www.juuuport.de
Auf dieser Seite findest du Hilfe und Unterstützung, wenn du oder jemand aus deinem Umfeld gemobbt werden. Ansprechpartner/-innen sind hier Jugendliche, die eine spezielle Ausbildung absolviert haben.

Nützliche Links für Informationen zum Thema Cybermobbing

- www.lmz-bw.de/cybermobbing
Auf dem Portal des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg findest du viele Links und Materialien, die regelmäßig auf ihre Aktualität hin geprüft werden.
- www.klicksafe.de
Die EU-Initiative bietet umfangreiches Material für Jugendliche, Lehrkräfte und Eltern zum Bereich Jugendmedienschutz. Unter „Themen“ gibt es eine eigene Rubrik zum Thema „Cybermobbing“, auf der du praktische Tipps (für Schüler/-innen und Eltern) finden kannst.
- www.jugendschutz.net
Über die Hotline kannst du Fälle von Cybermobbing melden. Das Team von jugendschutz.net unterstützt dich bei der Löschung der verletzenden Inhalte.
- www.seitenstark.de/kinder/sicheres-internet/gegen-mobbing
Eine gute Seite für Informationen zum Thema „Mobbing“, die vor allem für Kinder geeignet ist.



Hatespeech

Auf einen Blick

Intoleranz und Hass, die durch Sprache und Handeln zum Ausdruck gebracht werden, gab es schon immer. Durch das Internet und die damit verbundene gefühlte Anonymität sinkt jedoch die Hemmschwelle, diesen Hass zum Ausdruck zu bringen, und er verbreitet sich schneller. Durch das Posten von Hasskommentaren, Bildern und Videos werden Menschen und ihre Aussagen öffentlich – ganz so, wie das bei Journalistinnen und Journalisten oder auch bei Politikerinnen und Politikern ist.

Inhalt

Was ist Hatespeech?	241
Warum sollte man dagegen etwas tun?	241
Welche Strategien werden bei Hatespeech genutzt?	242
Was kann man tun?	243
Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG)	248
Extremismus im Internet	248

Was ist Hatespeech?

Unter dem Begriff „Hatespeech“ versteht man alle Formen von Online-Aktivitäten (Sprache, Videos, Bilder, Songs, Tweets, Cartoons ...), die als Mittel eingesetzt werden, um:

- Menschen abzuwerten und zu diskriminieren (beispielsweise durch Beleidigungen oder verallgemeinernde Wertungen),
- Drohungen auszusprechen und
- zu Hass und (Gewalt-)Taten aufzurufen.



Die Wirkung einer bestimmten Aussage ist nicht immer gleich, sondern hängt von verschiedenen Faktoren ab. Einen Einfluss hat, an wen sie sich richtet. Außerdem macht es einen Unterschied, von wem die Äußerung stammt und in welchem Kontext – also auf welchen Seiten – und wie oft sie geteilt und gelesen wird.

Hatespeech richtet sich (im Unterschied zu Cybermobbing) meist an ganze Gruppen oder an Einzelpersonen, die einer bestimmten Gruppe zugehörig sind. Die Gründe, aus denen Betroffene Abwertung erfahren, sind vielfältig und umfassen unter anderem:

- Glaube / Religion
- politische Einstellung
- Geschlecht
- sexuelle Identität
- Herkunft
- soziale Zugehörigkeit
- Status als öffentliche Person



Häufig fallen Hasskommentare auch unter einen Straftatbestand, wie Verleumdung, Beleidigung, üble Nachrede oder Volksverhetzung.

Warum sollte man dagegen etwas tun?

Durch Hatespeech werden Menschen in ihrem Selbstwertgefühl verletzt, Minderheiten angegriffen und Vorurteile gegen Personengruppen geschürt. Auch andere mitlesende Nutzergruppen werden eingeschüchtert, da der Anschein erweckt wird, die vielen Hasskommentare spiegeln die Realität. Auch deshalb ist es wichtig, sich klar gegen rassistische, sexistische und volksverhetzende Kommentare zu stellen!

Hatespeech verstärkt negative Einstellungen und damit Spannungen, Missbrauch und Diskriminierung, denn durch online verbreiteten Hass wird auch der Hass im realen Leben verstärkt. Dies kann zu einer Spaltung der Gesellschaft und einer Schwächung der Demokratie führen – nicht nur online, denn Hatespeech in der virtuellen Welt kann auch zu Handlungen in der realen Welt auffordern.

Meinungen werden durch die virtuelle Welt schneller verbreitet und Sympathisanten geworben. Auf diese Weise schließen sich Menschen mit ähnlichen Meinungen leichter zusammen und das Selbstbewusstsein der Täter/-innen wird dadurch gestärkt. Durch die Anonymität fällt das Äußern von Hasskommentaren im Internet besonders leicht.

Welche Strategien werden bei Hatespeech genutzt?

In den Sozialen Netzwerken werden besonders bei rassistischen und volksverhetzenden Kommentaren bestimmte Gesprächsstrategien genutzt. Ziel ist hierbei, das eigentliche Thema, eine sachliche Diskussion, unmöglich zu machen.

Die häufigsten und am einfachsten zu erkennenden Taktiken und Strategien sind:

- Tarnung einer Aussage als „schwarzen Humor“ oder Ironie
- Silencing: so lange widersprechen und beleidigen, bis Betroffene aufgeben und schweigen
- Themen-Hopping: ständiger Wechsel zwischen unterschiedlichen Themen
- Derailing: ablenken vom eigentlichen Thema, um die eigene Ideologie zu stärken
- Hoaxes, Gerüchte, lückenhafte Darstellung, einseitige Berichterstattung und Fake News (siehe Kapitel „Fake News“)
- Verschwörungstheorien
- Gleichsetzung von nicht Gleichsetzbarem
- Instrumentalisierung von Ereignissen
- Bildung von Hass-Gruppen und Bündnissen
- Pseudowissenschaft: falsche und nicht korrekte oder nicht belegbare Fakten werden als „Beweise“ vorgelegt
- Täter-Opfer-Umkehr

Möchte ein Verfasser von Hasskommentaren lediglich provozieren oder sich über die Reaktionen amüsieren, spricht man von „Trollen“. Aber auch durch vermeintliche „Spaß-Kommentare“ können Nutzer/-innen geködert und Gespräche und Diskussionen in eine respektlose Richtung gelenkt werden.

Sprachlich wird meist auf Folgendes zurückgegriffen:

- Stereotypisierung und Verallgemeinerung
- volksverhetzendes Gedankengut
- plakative Bildsprache
- Auch seriöse Medien werden als „Lügenpresse“ betitelt.
- Formulierungen wie „Ich bin kein Rassist, aber ...“
- die (wiederholte) Verwendung von herabwürdigenden, sexistischen oder rassistischen Begriffen
- Falschmeldungen, Verschwörungstheorien, Gerüchte und personalisierte Lügen: „Ich habe heute von einer Freundin einer Nachbarin gehört, dass ...“
- Whataboutism: „Ja, aber was ist mit...“
- Androhung von (teilweise auch sexualisierter) Gewalt, bzw. Befürwortung von oder Aufruf zu Gewalttaten

Was kann man tun?

Jede/r kann etwas gegen Hatespeech bewirken, auch du! Werde aktiv und übernimm Verantwortung! Schau dir hierzu das Video von Handysektor an: <https://www.handysektor.de/artikel/video-strategien-gegen-online-hate>

Wie du im Video gesehen hast, ist die Gegenrede (Counter Speech) ein Weg, um mit Hasskommentaren im Netz umzugehen und darauf zu reagieren. Hierbei soll freundlich zum Ausdruck gebracht werden, dass Diskriminierungen, Beleidigungen und Verallgemeinerungen nicht geduldet werden. Indem deutlich wird, dass andere Nutzer/-innen den Aussagen nicht zustimmen, erfahren Betroffene, dass sie nicht alleine sind. Anstatt Sympathisanten für den Hass anzustacheln, werden diese darauf aufmerksam gemacht, dass auch andere Meinungen vertreten sind.



Überlege dir gut, ob du dich auf eine Diskussion mit einem „Hater“ einlassen möchtest oder nicht und sei dir der Verantwortung bewusst. Wir empfehlen dir, deine Gegenrede gemeinsam mit einem Erwachsenen zu erstellen, beispielsweise mit deinen Eltern oder einer Lehrkraft. Eine Counter Speech sollte gut vorbereitet sein und am besten mit anderen gemeinsam erprobt und durchgeführt werden.

Checkliste für das Formulieren einer Gegenrede

Damit die Gegenrede die gewünschte Wirkung erzielt und der Hass nicht mit Hass erwidert wird, solltest du die folgenden Regeln beachten:

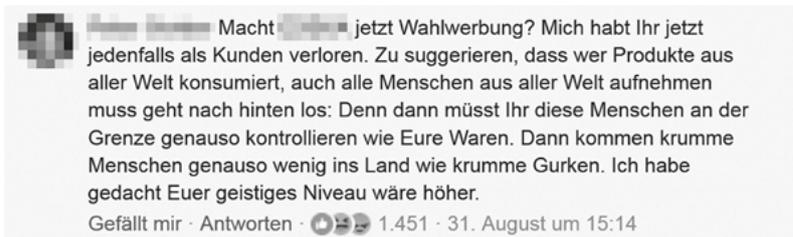
- Formuliere deine Gegenrede freundlich und sachlich, aber selbstbewusst und bestimmt!
- Argumentiere mit Faktenwissen und entkräfte Lügen und Falschmeldungen. Mache dein Gegenüber auf Lücken und Fehler in der Argumentation aufmerksam. Gegebenenfalls können andere seriöse Quellen als Belege dienen (Achtung: Sei darauf gefasst, dass die Medien häufig von den Tätern und Täterinnen als „Lügenpresse“ deklariert werden!).
- Reagiert dein Gegenüber mit weiteren Beleidigungen anstatt sich auf eine sachliche Diskussion einzulassen, fordere ihn oder sie auf, Beispiele und Fakten für seine bzw. ihre Aussagen vorzubringen.
- Fordere ein, dass deine Gesprächspartner sich ebenfalls an die Diskussionsregeln halten (einige Soziale Netzwerke haben eigene Community-Richtlinien aufgestellt, auf die du dich berufen kannst). Wenn dein Gesprächspartner eindeutige Drohungen, Beleidigungen oder rassistische Äußerungen von sich gibt, dann melde den Beitrag!
- Mache deinen Standpunkt deutlich und benenne das Verhalten deines Gegenübers als „Hatespeech“.
- Häufig sprechen Täter/-innen von „wir“ und „die“. Lasse dich nicht auf diese rhetorische Spaltung ein und spreche den / die Täter/-in persönlich an. Auf diese Weise wird suggeriert, dass er bzw. sie mit seiner bzw. ihrer Meinung alleine dasteht.
- Durch die Art und Weise, wie du deine Botschaft formulierst, kannst du das Verhalten des Empfängers beeinflussen. So haben zum Beispiel Nichtraucherkampagnen mehr Erfolg, wenn die Vorteile eines gesunden Lebens ohne Zigaretten beschrieben werden und nicht die negativen Auswirkungen des Rauchens hervorgehoben werden.
- Auch Humor kann ein Weg sein, um auf Hatespeech zu reagieren. Achte aber darauf, dein Gegenüber nicht ins Lächerliche zu ziehen oder zu beleidigen!
- Wenn du merkst, dass die Diskussion zu nichts führt, breche die Unterhaltung ab.
- Achte auf Selbstschutz: Gehe achtsam mit deinen persönlichen Daten um, nehme Beleidigungen nie persönlich und lasse dich nicht in die Ecke treiben!

Für eine Gegenrede solltest du dir viel Zeit nehmen und gut überlegen, wie du deine Antwort formulierst.

Gegenreden

Versuche es doch einmal selbst und schreibe eine Gegenrede zu folgendem Hasskommentar.

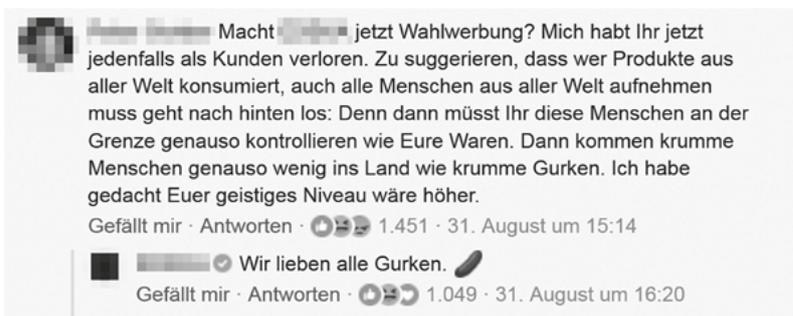
Im Werbespot einer bekannten Supermarktkette wird ein Experiment gezeigt: Das Video beginnt mit dem Blick in einen Supermarkt mit vielen leeren Regalen. Alle Lebensmittel, die aus einem anderen Herkunftsland als Deutschland stammen, werden aus den Regalen entfernt, und stattdessen werden Schilder aufgestellt. Darauf steht zum Beispiel: „Deutschland wäre ärmer ohne Vielfalt“, „Unsere Auswahl kennt heute Grenzen“ oder „Heute im Angebot: viel weniger Vielfalt“. Die verwunderten Kundinnen und Kunden werden im Gespräch mit Mitarbeitenden gezeigt – es geht um das Thema „Vielfalt“, das in unseren Zeiten der Zuwanderung seit 2015 immer mehr an Relevanz gewonnen hat. Nicht alle haben das Video positiv aufgenommen, was sich unter anderem an den Facebook-Kommentaren zeigt, die wir hier als Screenshots zeigen. Beide sind unter dem Video <https://de-de.facebook.com/105559876186522/posts/1440826969326466/> zu finden.



Gegen wen richtet sich der Kommentar?

Wie würdest du auf diesen Kommentar antworten?

Wie die Supermarktkette reagiert hat, siehst du hier:



Welche Regeln zur Formulierung einer Gegenrede hat die Supermarktkette genutzt?

Alternative Handlungsmöglichkeiten

Memes

Es gibt aber auch kreative Wege, mit Hasskommentaren umzugehen. Neben verschiedenen Formulierungshilfen zur Gegenrede stellen Kampagnen wie „Bitte was?! Kontern gegen Fake und Hass“ oder „No Hatespeech“ auch sogenannte Memes zur Verfügung. Mit diesen Bildern oder kleinen Videosequenzen kann (häufig humorvoll) auf Hasskommentare reagiert werden.



Inspirationen findest du auf www.bitte-was.de, dem zugehörigen Instagram-Profil https://www.instagram.com/bitte_was/ sowie auf <https://no-hate-speech.de/de/kontern/fuer-gegen-alle-hate-speech/>

Überlege dir selbst ein Meme, mit dem auf Hatespeech reagiert werden kann. Zeichne es, klebe es hier ein oder beschreibe es.

Positive Kommentare liken

Auch indem du die Gegenrede von anderen Nutzerinnen und Nutzern likest, beziehst du Stellung und trägst dazu bei, dass die Hasskommentare in der Kommentarspalte nach unten verdrängt werden, da die Beiträge mit den meisten Likes meist nach oben rutschen.

Hasskommentare melden

Wenn du Hasskommentare und Beleidigungen melden möchtest, ist eines immer am wichtigsten: Beweise sichern (z. B. durch Screenshots mit Datum, Uhrzeit und Verfasser), die Kommentare und deren Verfasser/-innen melden und gegebenenfalls Anzeige erstatten.



In besonders schlimmen Fällen, beispielsweise bei dem Aufruf zu oder der Androhung von Gewalttaten, kannst du den Verfasser / die Verfasserin anzeigen. Volksverhetzung, Beleidigungen und Drohungen sind Straftaten, für die die Täter/-innen zur Rechenschaft gezogen werden müssen. Verantwortlich ist die Polizei Baden-Württemberg.

Unter <https://www.polizei-bw.de/-internetwache/> kannst du online Anzeige erstatten.

Eine weitere Möglichkeit, Hasskommentare und ähnliches zu melden, bietet die Meldestelle „respect!“ des Demokratiezentrum Baden-Württemberg:

<http://www.demokratiezentrum-bw.de/meldestelle-respect/>

Wegschauen ist falsch und ermöglicht den Tätern und Täterinnen Menschen zu verletzen und zu verurteilen, Mitstreiter/-innen zu gewinnen und Filterblasen zu schaffen.

Natürlich kannst du dir immer Hilfe holen und Eltern, Freundinnen und Freunde und Lehrkräfte informieren oder Fachleute einbeziehen. Wichtig ist immer, dass du nicht alleine dastehst!



Auch wenn du selbst einen YouTube-Kanal oder Ähnliches betreibst, musst du dich an die folgenden Regeln halten:

- Beobachte die Kommentare zu deinen Beiträgen.
- Schalte die Kommentarfunktion bei bestimmten Beiträgen aus, sobald diese beleidigend werden oder Ähnliches. Begründe diese Entscheidung gegenüber deinen Leserinnen und Lesern.
- Falls du eine Meldfunktion auf deiner Seite einrichten kannst: Gewährleiste, dass diese gut sichtbar ist und beobachte gemeldete Kommentare oder Personen und ziehe gegebenenfalls die Konsequenzen.

Bist du schon einmal auf einen Hasskommentar gestoßen? Wie bist du damit umgegangen bzw. wie würdest du damit umgehen: melden, ignorieren oder mit Gegenrede reagieren? Notiere hier dein Vorgehen:

Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG)

Auch die Politik ist auf die Gefahren durch Hatespeech aufmerksam geworden und hat mit dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz reagiert, welches zum 1. Januar 2018 in Kraft getreten ist. Laut dem NetzDG müssen Soziale Netzwerke, wie Facebook, Twitter, YouTube und Co, rechtswidrige Inhalte innerhalb von 24 Stunden löschen und bei Verstößen Bußgelder bezahlen (<https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg>). Durch das Gesetz werden immer wieder neue Diskussionen über die Gratwanderung zwischen Meinungsfreiheit und rechtswidrigen Äußerungen entfacht.

Nützliche Links für Informationen zum Thema „Hatespeech“

Inzwischen haben sich verschiedene Gruppen und Einrichtungen herauskristallisiert, die sich mit dem Thema „Hatespeech“ beschäftigen und gemeinsam versuchen, das Internet wieder zu einem freundlicheren Ort zu machen:

- Bitte was?! Kontern gegen Fake und Hass: www.bitte-was.de
- Facebook-Gruppe [#ichbinhier](#)
- <https://no-hate-speech.de/>
- <http://bricksproject.eu/>
- <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/>
- <https://www.gesichtzeigen.de/>
- <http://www.demokratiezentrum-bw.de/meldestelle-respect/>

Extremismus im Internet

Nicht nur, um dem Hass freien Lauf zu lassen, sondern auch um Propaganda zu betreiben, kann das Netz missbraucht werden. Wie man dies erkennt und was man dagegen tun kann, lernst du im folgenden Abschnitt am Beispiel des Rechtsextremismus.

Rechtsextremismus

Das Internet ist eine wichtige Plattform für rechtsextreme Propaganda. Neben klassischen Websites spielen dabei Soziale Netzwerke, wie Facebook oder YouTube, für rechtsradikale Gruppierungen und Organisationen eine bedeutende Rolle. Zum einen sind gerade Jugendliche über diese Kanäle sehr gut zu erreichen, zum anderen verbreiten sich Propagandabeiträge über diese Netzwerke sehr schnell. Während antidemokratische, fremdenfeindliche oder rassistische Inhalte und Symbole in Deutschland häufig gegen das Gesetz verstoßen, ist das bei Angeboten aus anderen Ländern nicht immer der Fall. Deshalb werden entsprechende Beiträge zum Beispiel auf Facebook oder YouTube auch nach entsprechender Meldung von den Betreibern nur zögernd gelöscht, und wenn es zur Löschung oder Abschaltung kommt, tauchen die Inhalte meist nach kurzer Zeit an anderer Stelle im Internet wieder auf.

Rechtsextremismus ist oft schwer zu erkennen!

Auf den ersten Blick ist dabei oft nicht zu erkennen, dass hinter entsprechenden Seiten und Kampagnen rechtsextreme Propaganda steht. Da die Netz-Community in der Regel schnell gegen offenkundig rechtsradikale Inhalte vorgeht, weichen rechtspopulistische Gruppierungen zunehmend auf Themen aus, die sich großer Beliebtheit und Zustimmung erfreuen, um ihr rechtsextremes Gedankengut zu vermitteln und in diesem Zusammenhang gegen Minderheiten zu hetzen. Beliebt sind hierbei etwa Themen, wie Umwelt- und Tierschutz, Arbeitslosigkeit, Schutz von Kindern, Frauen und Familie, oder europapolitische Themen, wie die Kritik am Euro.

Neben der Darstellung von auf den ersten Blick harmlosen Themen bedient sich rechtsextreme Propaganda auch weiterer Strategien, um im Netz Aufmerksamkeit zu erlangen. So orientieren sich die professionell gestalteten Angebote häufig an den Ausdrucksformen und Symbolen angesagter Jugendkulturen. Ob trendige Klamotten, Hip-Hop-Musik, Videos oder Graffiti – häufig versteckt sich dahinter gut getarntes, gefährliches rechtsextremes Gedankengut.

Was kann man gegen Rechtsextremismus im Netz tun?

Auch wenn es manchmal mühsam ist, gegen rechte Propaganda im Netz vorzugehen, sollte man den Hetzern nicht die digitale Bühne überlassen. Dazu ist es wichtig, die Strategien und Symbole rechtsextremer Akteure zu kennen, um entsprechende Inhalte als solche entlarven und sich dagegen positionieren zu können. Dabei solltest du einige Grundsätze beachten:

- Informiere dich über die Themen, denn Faktenwissen ist wichtig.
- Bleibe in Diskussionen stets sachlich und werde nicht beleidigend, auch wenn es die Gegenseite tut.
- Schütze deine eigene Identität und suche dir Unterstützer.
- Melde rechtsextreme Inhalte den Plattformbetreibern.

Nützliche Links für Informationen zum Thema Rechtsextremismus

- <http://www.lmz-bw.de/rechtsextremismus.html>
- <http://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus>
- <http://www.demokratiezentrum-bw.de>
- <https://www.belltower.news/themen>
- <http://hass-im-netz.info>
- <http://www.jugendschutz.net/politischer-extremismus>
- <http://www.polizei-beratung.de/themen-und-tipps/rechtsextremismus.html>
- <http://www.dasversteckspiel.de>
- <http://www.schule-ohne-rassismus.org>
- <http://www.amadeu-antonio-stiftung.de>





Fake News

Auf einen Blick

Falschmeldungen sind in der Geschichte nichts Neues, neu hingegen sind die rasante Verbreitung und die Menge, mit der Kinder und Jugendliche konfrontiert werden. Immerhin 70 Prozent der Jugendlichen sind schon einmal mit Falschmeldungen in Berührung gekommen.

Oft ist es gar nicht so leicht, zu erkennen, wann es sich um eine Fälschung handelt und wann nicht! Aber warum werden Falschmeldungen überhaupt veröffentlicht? Was ist so schlimm daran? Wie kannst du die Meldung auf ihren Wahrheitsgehalt prüfen? Und was ist eigentlich eine „Echokammer“, eine „Filterblase“ oder ein „Social Bot“?

Inhalt

Fake News verstehen und erkennen	253
Warum sind Fake News so schlimm und gefährlich?	254
Fake News sind leicht erstellt	255
Was kann man also tun? Wie erkenne ich Falschmeldungen?	255
Berichterstattung in der Presse	256

Fake News verstehen und erkennen

Soziale Netzwerke sind heutzutage, wie du bereits im Reader im Kapitel „Kommunikation und Selbstinszenierung im Netz“ erfahren hast, die zentrale Kommunikations- und Informationsplattform. Hier unterhält man sich mit Freundinnen und Freunden und informiert sich über aktuelle Geschehnisse in der Welt. So sind es Plattformen, wie WhatsApp, Snapchat, YouTube, Facebook oder Instagram, die Falschmeldungen, sogenannten Fake News, einen fruchtbaren Boden bieten. Diese werden durch liken und teilen rasend schnell weiterverbreitet. Gerade deshalb ist es als Smepper besonders wichtig zu wissen warum, wie und weshalb Falschmeldungen entstehen!

Die Gründe für Fake News sind vielfältig

- Urban Legends, Gerüchte und Lügenmärchen – z. B. Hoaxes oder falsche Technologiemeldungen (wie die Meldung, man könne den Akku in der Mikrowelle aufladen). Hintergrund ist oft Schadenfreude oder einfach der Wunsch, andere Menschen aufs Glatteis zu führen.
- Humor oder Satire – wie z. B. beim Postillion (einer Satirewebsite), bei dem meist offensichtlich falsche Meldungen verbreitet werden, um ganz bewusst Kritik an Gesellschaft und Politik zu üben.
- Trügerische Meldungen und Clickbaiting – z. B. falsche Verlosungen oder Werbeanzeigen, um an persönliche Daten zu kommen (auch „Phishing“ genannt). Hier sind kriminelle Energie und wirtschaftliche Interessen im Spiel.
- Politische Meldungen – für oder gegen ein bestimmtes politisches Ziel (siehe auch Kapitel „Hate-speech“), Meldungen werden verdreht, verzerrt oder auch frei erfunden, um so politischen Einfluss zu nehmen und Stimmung gegen etwas zu machen.



Kettenbriefe, die z. B. über WhatsApp verschickt werden, sind übrigens auch nur Falschmeldungen. Diese sollen den Empfängern einfach nur Angst machen und möglichst oft verschickt werden. Wende dich im Zweifel z. B. an deine Eltern oder an eine Lehrperson.

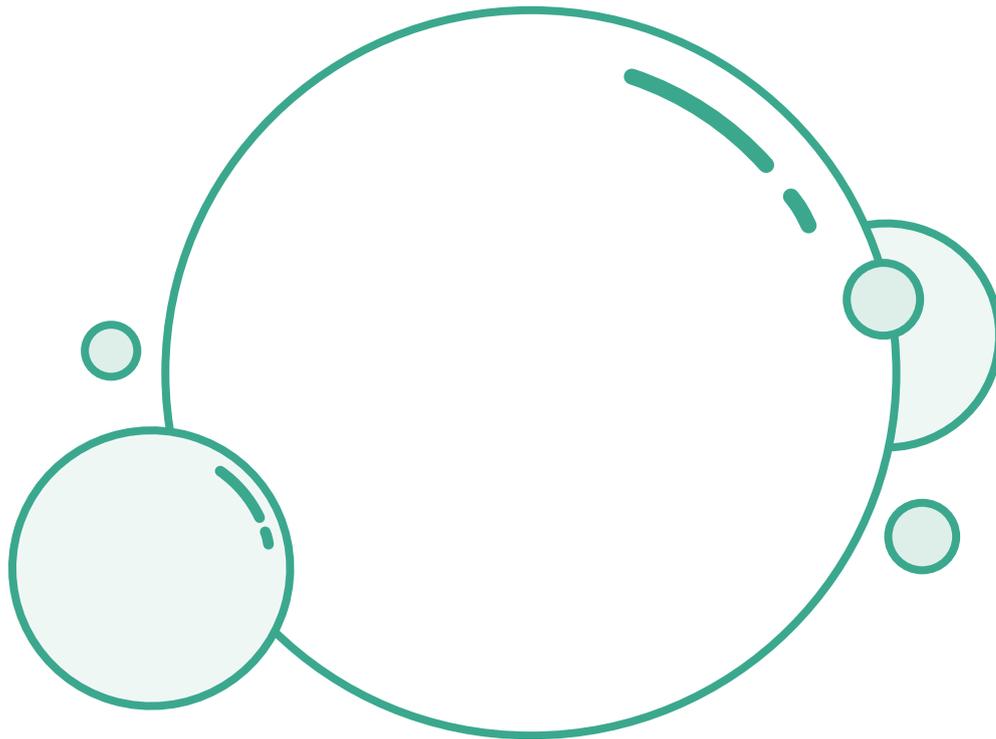
Recherchiere online, was ein Hoax ist und schreibe deine eigene Definition auf:

Warum sind Fake News so schlimm und gefährlich?

Alle Sozialen Netzwerke speichern genau, was du tust, mit wem du kommunizierst, welche Posts, welche Werbung, welche Profile du dir anschaust, in welchen Gruppen du aktiv bist oder welche Themen dich interessieren. Diese Daten werden von Algorithmen ausgewertet und diese bestimmen dann auf Grundlage ihrer „Bewertung“, was du künftig angezeigt bekommst. Meist sind dies Beiträge, Posts, Informationen und Werbung zu ähnlichen Inhalten, die dich schon bisher interessiert haben. Das bedeutet aber auch: wirklich Neues, auf das du bisher vielleicht noch nicht gekommen bist, wird dir gar nicht mehr angeboten. Dieses Phänomen nennt man auch „**Filterblase**“. Ähnlich sieht es auch mit der Echokammer aus. Bei der **Echokammer** umgeben oder unterhalten sich Menschen hauptsächlich mit anderen der gleichen Gesinnung und der gleichen Weltanschauung. Dadurch werden Menschen in ihrer eigenen Meinung bestätigt und bestärkt. Man muss sich also nicht mehr mit anderen Meinungen auseinandersetzen, sondern bleibt in seiner eigenen Welt.

Social Bots sind mittlerweile nicht nur bei Firmen, sondern besonders bei politischen Themen oft im Einsatz. Diese voreingestellten Programme können mithilfe von Algorithmen automatisch Antworten und Posts zu bestimmten Themen generieren und posten. Meist sind diese gar nicht so leicht zu erkennen, die Profile haben viele Likes oder Follower.

Schaue dir dieses Video an: <https://www.medienanstalt-nrw.de/publikationen/trickfilm-to-go.html>.
Schreibe die Probleme von Filterblasen und Echokammern in die Blase. Was kannst du tun, damit deine Filterblase durchbrochen wird?



Was kannst du persönlich tun, damit deine Filterblase durchbrochen wird?

Fake News sind leicht erstellt

Falschmeldungen zu erstellen ist kinderleicht, dazu musst du kein professioneller Journalist sein oder dich gut mit Photoshop auskennen. Auf Seiten wie www.24aktuelles.com kannst du selbst innerhalb weniger Minuten eine Falschmeldung erstellen und diese auf Sozialen Netzwerken teilen.

Gruppenübung:

Probiere es einfach einmal aus! Gehe auf die Website von www.24aktuelles.com und erstelle eine Meldung zu einem für dich interessanten Themengebiet. Suche dann eine echte Nachricht aus dem Internet heraus und stelle diese gegenüber. Tausche dich dann mit anderen Smeppern aus und versuche einmal die Falschmeldungen der anderen Gruppen herauszufinden.

Hast du die Meldung sofort erkannt? Welche Indizien haben für oder gegen eine Falschmeldung gesprochen?

Fake News zu erkennen ist nicht immer ganz einfach. Vielleicht hast auch du schon einmal aus Versehen eine Meldung geteilt, ohne vorher recherchiert zu haben, woher diese überhaupt stammt?

Was kann man also tun? Wie erkenne ich Falschmeldungen?

- Schau dir den / die Absender/-in genau an. Wer steckt dahinter? Ist der /die Absender/-in seriös und verfügt über ein Impressum?
- Wie ist die Schlagzeile gestaltet? Reißerische, überspitzte Titel, viele Großbuchstaben und Satzzeichen sprechen meist nicht für eine seriöse Quelle.
- Sieh dir das Veröffentlichungsdatum genau an. Ist es aktuell? Recherchiere auch in verschiedenen Suchmaschinen nach der Nachricht und ihrer Aktualität.
- Schau dir die Quellen im Text an. Gibt es mehrere, auch widersprüchliche Quellen (dies spricht für eine gute Recherche des Autors / der Autorin)? Überprüfe die Quellen: Belegen sie die Nachricht?
- Schau dir den / die Autor/-in an und recherchiere die Person. Existiert sie wirklich und ist sie glaubwürdig?
- Wie ist die Meldung inhaltlich gestaltet? Ist es eine Meinung (z. B. ein Kommentar, eine Rezension oder ähnliche Beiträge, in denen der / die Journalist/-in emotional, subjektiv und wertend berichtet) oder eine Nachricht (z. B. eine Kurzmeldung oder Nachricht, in der objektiv und informativ berichtet wird)?
- Überprüfe die Bilder und Videos der Nachricht. Sind diese plausibel? Am besten funktioniert das mit der Google Rückwärtssuche: <https://images.google.de> oder für Videos mit dem YouTube DataViewer: <https://citizenevidence.amnestyusa.org/>
- Suche auf geeigneten Suchmaschinen nach der Meldung. Besonders geeignet sind: <http://hoaxsearch.com> oder <https://www.tagesschau.de/faktenfinder>
- Und zu guter Letzt: Frage einen Experten oder eine Expertin, falls du dir nicht sicher bist!

Sieh dir die untenstehende Meldung an und markiere mithilfe der Checkliste oben die Indizien für eine Falschmeldung:

 **Maxi Muster**
2 Std.



Bild: iStock/skynesher

!!! WICHTIG !!! Bitte teilen !!! UNFASSBAR: Schüler wurden beklaut

An der Friedrich-Schule wurden am Donnerstag, 21. März, Schüler der Klasse 8 beleidigt und beklaut!! Darunter waren viele Smartphones und auch Bargeld. Unter den Tätern sollen vor allem Flüchtlinge aus dem Nachbardorf gewesen sein.

KLICK HIER für mehr Informationen – Teilt den Beitrag und helft mit, den armen Kindern zu helfen! Teilen, teilen, teilen! – Informationen an die Polizei geben!

Berichterstattung in der Presse

Nachrichten können heute also von allen immer und überall erstellt und verbreitet werden. Doch nicht nur Privatpersonen teilen und erstellen Nachrichten, der Hauptteil der veröffentlichten Nachrichten wird natürlich immer noch über die Presse und von Journalisten erstellt. Aber auch hier gibt es viele Unterschiede in der Darstellung und in dem, was inhaltlich als wichtig angesehen wird.



Auf der Seite <https://reporterfabrik.org/reporter4you/> gibt es zudem einige Videos von Journalisten und Journalistinnen zum Thema „Was wird zur Nachricht?“ oder auch „Wie erkenne ich Fake News?“. Schaut euch die Website sowie die Videos einmal an!

Gruppenübung:

Einigt euch auf ein aktuelles Ereignis (aus Politik, Umwelt, Wirtschaft oder anderen gesellschaftlich relevanten Themenbereichen). Recherchiert nun in Gruppen, wie dieses Ereignis auf verschiedenen Plattformen dargestellt wurde:

- www.tagesschau.de
- www.bild.de
- www.jetzt.de

- www.taz.de
- www.cnn.com
- www.bbc.co.uk
- Snapchat Discover
- Schau in deine eigene Timeline

Fügt eure Teilergebnisse zusammen und besprecht, was euch aufgefallen ist. Welche Arten von Berichterstattung gibt es und wo sind die Unterschiede in den jeweiligen Berichterstattungen? Wie werden die Nachrichten vermittelt und was zählt zu Journalismus? Was ist eine Meinung?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Nützliche Links zum Thema Fake News und Faktenchecks

- <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/>
- <https://swrfakefinder.de/>
- <https://www.saferinternet.at/>
- <http://www.mimikama.at/allgemein/fake-news-erkennen>
- <http://hoaxsearch.com/>
- <http://hoaxmap.org/-index.html>
- <https://images.google.de/>
- <https://citizenevidence.amnestyusa.org/>
- <http://www.klicksafe.de/>
- <http://www.24aktuelles.com>

