www.jrk-nordrhein.de
@jrk_nordrhein
@jrk.nordrhein

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

JRK Nordrhein Medienkonzept

Methoden, Übersichten, Leitfäden, Kurzanleitungen und Hintergrundinformationen zu den Themen:

- **Lebenswelt- und zielgruppenorientierte Kommunikation**
- **Digitale Medien zielorientiert bedienen und anwenden**
- **Datenschutz, Jugendschutz und Medienrecht**
- **Menschlichkeit im Netz**
- **Vielfalt der Medien**

Zielgruppe: Gruppen- und Jugendleitungen, Fachkräfte an Schulen, Kinder und Jugendliche

www.jrk-nordrhein.de
@jrk_nordrhein
@jrk.nordrhein

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

ÜBERSICHT THEMENPAKETE MEDIENKONZEPT

Themenpaket 1
Lebenswelt- und zielgruppenorientierte Kommunikation

Themenpaket 2
Digitale Medien zielorientiert bedienen und anwenden

Themenpaket 3
Datenschutz, Jugendschutz und Medienrecht

Themenpaket 4
Menschlichkeit im Netz

Themenpaket 5
Vielfalt der Medien

www.jrk-nordrhein.de
@jrk_nordrhein
@jrk.nordrhein

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Lebenswelt- und zielgruppen-orientierte Kommunikation

Im digitalen Raum sind Kommunikation, Austausch, Vernetzung und Identitätsbildung ein fester Bestandteil der Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen.

Wir begegnen jungen Menschen auch im digitalen Raum. Dabei haben wir aktuelle Entwicklungen und Trends im Blick. Wir nutzen Kommunikationsinstrumente, die den Bedarfen und Anforderungen unserer Zielgruppen entsprechen.

Bei der Wahl der Kommunikationsinstrumente wägen wir Chancen und Risiken gegeneinander ab.

Themenpaket 1

- **Methode – Eckenspiel: Wer nutzt welche Social-Media-Kanäle?**
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche
- **Übersicht – Datenschutz-Kategorien von Messenger-Apps**
  Zielgruppe: Multiplikator*innen, z.B. Gruppen- und Jugendleitungen sowie Fachkräfte an Schulen
- **Kleiner Leitfaden – Erstellung von Social-Media-Beiträgen für Instagram und Facebook**
  Zielgruppe: Multiplikator*innen, z.B. Gruppen- und Jugendleitungen, Fachkräfte an Schulen und junge Menschen, die Soziale Medien gestalten möchten
- **Kurzanleitung – Mitgliederwerbung und -gewinnung über Instagram und Facebook**
  Zielgruppe: Verantwortliche im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit
- **Methodenketten – „Wie gestalte ich ein schönes Foto“ und „Wie schreibe ich einen Bericht?“**
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode – Eckenspiel:
Wer nutzt welche Social-Media-Kanäle?

Ziele: Überblick und Erfahrungsaustausch zum Social-Media-Nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen
Themen: Social-Media-Nutzung von Kindern und Jugendlichen
Voraussetzungen: großzügiger Raum zur Durchführung
Alter: ab 10 Jahren
Dauer: abhängig von der Gruppengröße, mindestens 20 Minuten
Empfohlene Gruppengröße: min. 4 Teilnehmende
Ablauf: Die Beschreibung der Methode befindet sich im Leitfaden für die JRK Medien-Methodenbox auf Seite 15. Die Datei ist über folgende Seite zum Download verfügbar:
https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Übersicht – Datenschutz-Kategorien von Messenger-Apps

Bei der Vielzahl an Messenger-Diensten ist es nicht immer einfach zu entscheiden, welcher Dienst für die Kommunikation mit Kindern und Jugendlichen genutzt werden sollte.

Vielleicht nutzt ihr schon längst einen Messenger-Dienst und die Kommunikation mit euren Kindern und Jugendlichen läuft super. Warum also etwas in Frage stellen?

Oder aber die*der Datenschutzbeauftragte eurer Institution gibt vor, welcher Messenger-Dienst bei euch genutzt werden kann. Die Hände sind euch in diesem Fall gebunden, da die Entscheidung nicht von euch getroffen wird.

Egal welches der genannten Szenarien auf euch zutrifft: **Euer medienpädagogischer Auftrag bei der Nutzung von Messenger-Apps zur Kommunikation mit Kindern und Jugendlichen in eurem Amt sollte euch bewusst sein!**

Bei der Nutzung von Messenger-Apps oder deren Auswahl bewegt ihr euch in einem Spannungsfeld zwischen:

- **Schutz und Befähigung**
  Mit **Schutz** ist gemeint, dass das Wohlergehen und der Schutz junger Menschen vor Gewalt Berücksichtigung finden sollte. Ziel ist, dass sichere Rahmenbedingungen für die Mediennutzung geschaffen werden. **Befähigung** bedeutet, dass junge Menschen einen Zugang zu Informationen haben, und sich auf Basis von Informationen eine eigene Meinung bilden können. Gleichzeitig sollten sie in der Lage sein, Inhalte kritisch zu hinterfragen.

- **Kontrolle und Privatsphäre**
  Unter diesem Aspekt ist ein Abwägen von Maßnahmen und Regeln erforderlich, das die Freiheit und Privatsphäre der jungen Menschen in der Nutzung von Messenger-Anwendungen berücksichtigt.

- **Datenschutz und pädagogischem Auftrag**
  Kriterien des Datenschutzes und der Umgang des jeweiligen Messenger-Dienstes mit Daten sollten allen Nutzer*innen bekannt sein. Vor Nutzung eines Dienstes im ehrenamtlichen/schulischen Kontext solltet ihr gemeinsam mit den Kindern/Jugendlichen die wichtigsten Teile der jeweiligen Datenschutzerklärung durchlesen.

Die Nutzung der Dienste unter medienpädagogischen Gesichtspunkten erfolgt unter festgelegten Verhaltensregeln und kritischer Reflexion.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Übersicht – Datenschutz-Kategorien von Messenger-Apps

Um eurem medienpädagogischen Auftrag nachzukommen, solltet ihr demnach über die Datenschutz-Kategorien eurer (bereits genutzten) Messenger-Dienste informiert sein und auch mögliche Risiken im Blick haben.

Die Verbraucherzentrale NRW hat eine Übersicht der Funktionen und Eigenschaften von häufig genutzten Messenger-Diensten unter Gesichtspunkten des Datenschutzes erstellt:
https://www.verbraucherzentrale.de/sites/default/files/2022-04/messengervergleich_tabelle_2022_vznrw.pdf

Die Übersicht hilft euch, einen Überblick über Datenschutz-Kategorien der Messenger-Apps zu bekommen und über mögliche Risiken sowie Vor- und Nachteile der Anwendungen informiert zu sein.

Diese Anwendungen sind kostenfrei:

Facebook-Messenger
ausschließlich nutzbar über ein Facebook-Konto

ginlo

Signal

Skype
Achtung: Wenn du eine Festnetz- oder Mobilfunknummer (im Ausland) anwählst, fallen Kosten an.

Telegram

WhatsApp

Wire
Achtung: Die Anwendung ist in einer erweiterten Version kostenpflichtig.

Diese Anwendung kostet etwas:

Threema
5,99 Euro (einmalig)

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Kleiner Leitfaden – Erstellung von Social-Media-Beiträgen für Instagram und Facebook

Step 1: Zielgruppe festlegen

Egal ob (Karussell-)Post, Story oder Reel: Vorab solltest du dir immer überlegen, für welche Zielgruppe du den Beitrag erstellst. Kurz gesagt: Es ist zum Beispiel ein großer Unterschied, ob du einen Beitrag für Erwachsene (z.B. Eltern deiner Gruppenkinder) oder aber für Kinder und Jugendliche erstellst.

Kleiner Tipp:

Beachte, dass nicht jede Zielgruppe auf euren Social Media-Kanälen vertreten ist bzw. euch folgt. Schaue doch mal in eure Statistik, um herauszufinden, wer euch eigentlich auf Insta und Co. so alles folgt. Stelle dir deine Zielgruppe am besten auch immer so konkret wie möglich vor, z.B. mit den Fragen: Welche Eigenschaften hat die Person? Wie alt ist die Person? Was könnte diese Person interessieren?

Step 2: Beitragsform planen

Du weißt genau, für wen du einen Beitrag erstellst und deine Zielgruppe ist auch auf dem gewählten Social Media-Kanal anzutreffen? Super, dann kann es an die Planung der Beitragsform gehen. Beantworte hierfür folgende Fragen:

Welchen Inhalt soll dein Beitrag transportieren? Mögliche Inhalte sind z.B.:

- unterhaltend (z.B. ein Videoausschnitt aus eurer letzten Gruppenstunde)
- informativ (z.B. Bewerbung von Angeboten vor Ort)
- berichtend (z.B. Einblicke aus einer Gruppenstunde oder Veranstaltung)
- erklärend (z.B. wie ein Verband angelegt wird)
- Blick hinter die Kulissen (z.B. wie sich Gruppenleiter*innen auf eine Gruppenstunde vorbereiten)

In welcher Beitrags-Form möchtest du den Inhalt transportieren?

- Story-Beiträge in Form von Videos, geteilten Inhalten von anderen Accounts, Fotos, erstellten Grafiken
- Feed-Post in Form von Bild/Grafik/(Karussell-) Beitrag mit Informationen in den einzelnen Bilder-/ Grafik-Slides oder in der Bildbeschreibung
- Feed-Post in Form eines Reels mit Bildern, Grafiken oder kurzen Videos (max. 90 Sekunden)

Tipps:

Mit der Story erreichst du Follower*-innen, die euch dauerhaft aktiv folgen, regelmäßig eure Beiträge/ Storys anschauen und bestenfalls mit diesen interagieren. Du kannst also davon ausgehen, dass du mit der Story diejenigen erreichen wirst, die besonderes Interesse an euren Aktivitäten haben.

Feed-Posts (egal ob Karussell- oder Reel-Beitrag) eignen sich besonders gut, um Themen, die euch besonders am Herzen liegen (eure Werte, eure Angebote, Wertschätzung für das Ehrenamt, eure Schwerpunkte) wie eine Art „Visitenkarte“ und Zusammenfassung eurer gesamten Tätigkeiten dauerhaft für die Nutzer*innen in eurem Feed zu hinterlegen. Sind Beiträge besonders relevant für eine bestimmte Zielgruppe und wird der Beitrag oft geliked/ geteilt, kannst du mit einem gut konzipierten Feed-Post auch neue Follower*innen gewinnen.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Kleiner Leitfaden –
Erstellung von Social-Media-Beiträgen für Instagram und Facebook

Step 3: Beitrag erstellen

Du weißt, welches Beitrags-Format du auswählst, um deinen Inhalt bestmöglich zu transportieren? Dann geht es jetzt in die kreative Phase.

Du möchtest in deinem Beitrag mit Bildern und Videos arbeiten

Grundsätzlich empfiehlt es sich, schon während einer Veranstaltung entweder mit einer guten Handykamera (bspw. dem JRK-iPad) oder einer System-/Spiegelreflexkamera Bilder zu erstellen, die du für deinen Beitrag verwenden kannst. Plane am besten schon vorher Zeit dafür ein bzw. überlege dir, wann du dir Zeit während einer Veranstaltung dafür einräumen kannst. Für Social-Media-Beiträge solltest du viele Aufnahmen im Hochformat (1080 x 1350 Pixel) aufnehmen, die du sowohl für die Storys als auch Reels verwenden kannst. Falls du mal kein passendes Bild parat hast, kannst du gerne Fotos aus der JRK Nordrhein-Fotodatenbank nutzen: https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

Weiterführende Materialien

Mehr zu den rechtlichen Rahmenbedingungen findest du auch in unserem Medienkonzept unter der Haltung „Datenschutz, Jugendschutz und Medienrecht“ und dem dazugehörigen Themenpaket 3.

In unserem Leitfaden zur JRK Medien-Methodenbox findest du ab Seite 4 hilfreiche Methoden zur Gestaltung von ansprechenden Fotos. Der Leitfaden steht für dich auf folgender Seite zum Download bereit: https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

Du möchtest in deinem Beitrag mit Grafiken arbeiten

Nutze den digitalen Service Canva, den digitalen Service, um deine Beiträge grafisch aufzuarbeiten. Achte darauf, dass du in die Beiträge wiederkehrende Gestaltungselemente einbaust und das Erscheinungsbild (Logo, Farben, Schriftart, Sticker, Bildsprache) deiner Institution berücksichtigst. Schaut euch dazu dieses kurze Erklärvideo auf YouTube an: https://www.youtube.com/watch?v=HLjZN7wTiA8

Achtung:

Achte bei der Erstellung der Bilder oder Videos insbesondere darauf, dass die Aufnahmen hell, scharf und gut aufgelöst sind. Es ist außerdem wichtig, dass nicht gegen das Licht fotografiert wird, das Hauptmotiv (ohne ungünstig abgeschnittene Körperteile) klar erkennbar ist und es vor einem ruhigen Hintergrund abgebildet wird.

Achte bei der Verwendung von Bildern und Videos mit anderen Personen immer darauf, dass die abgebildeten Personen vorteilhaft dargestellt sind (ungünstige Gesichtsausdrücke, knappe Bekleidung, schmutzige Klamotten etc. sind ein absolutes No-Go) und dass du das schriftliche Einverständnis der abgebildeten Personen und/oder ihrer Erziehungsberechtigten zur Veröffentlichung der Bilder eingeholt hast. Das schriftliche Einverständnis sollte an einem sicheren Ort aufbewahrt werden. Vordrucke zur Dokumentation der Einverständniserklärung findest du im **Musteranschreiben für Erziehungsberechtigte - Erläuterung zur Nutzung von Social Media, Messenger-Apps und anderen digitalen Medien in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen (enthalten im Themenpaket 3).**

Kleiner Leitfaden –
Erstellung von Social-Media-Beiträgen für Instagram und Facebook

Step 4: Beitrags-Text verfassen

Beim Verfassen deines Beitrags-Textes solltest du Folgendes berücksichtigen:

- einheitliche Ansprache: z.B. „Du“ oder „Ihr“
- Berücksichtigung von allen geschlechtlichen Identitäten: z.B. durch die Nutzung des Gendersternchens (Gruppenleiter*innen)
- korrekte Schreibweise und Verwendung von Satzzeichen. Lass deine Texte idealerweise immer von mindestens einer Person nochmal gegenlesen.
- Wenn du die Nutzer*innen zu einer Aktion auffordern möchtest, baue ein Call-to-Action (CTA) ein, wie z.B.: Melde dich jetzt bei uns!
- Die ersten Sätze sind entscheidend und wecken Interesse. Versuche also, die wichtigsten Informationen an den Anfang zu stellen.
- Vermeidung von Fremdwörtern, Fachbegriffen und Abkürzungen (die außerhalb des JRK-Kosmos niemand so richtig versteht)
- Schreibe in kurzen und verständlichen Sätzen.
- Verwende themenspezifische Hashtags (z.B. #JRK, #JRKNordrhein #Retterherzen), um deine Reichweite zu erhöhen. Um Hashtags möglichst barrierefrei zu gestalten, achte immer auf eine Großschreibung von Wörtern direkt nach den Hashtags oder neuen Wörtern im Hashtag (z.B. #JRKNordrhein anstatt #jrknordrhein).
- Nutze Untertitel in deinen Videobeiträgen, damit diese barrierefrei und auch ohne Ton verständlich sind.

Tipp:

Für deine Videos kannst du bei Instagram auch automatische Untertitel einstellen. Tippe hierzu auf die drei Striche im rechten Bildrand in der Instagram-App. Gehe auf **Einstellungen » Konto » Untertitel »** und aktiviere den Menüpunkt **Untertitel**.

Tool-Tipp: kostenlose Tools zur Bearbeitung von Social-Media-Beiträgen

Canva: Canva ist in der Basisversion komplett kostenfrei. Du kannst dir einen Canva-Account sowohl als Privatperson als auch im Namen deiner Organisation anlegen. Mit Canva kannst du ganz einfach diverse Designs erstellen (Social-Media-Beiträge, Postkarten, Plakate, Banner) und auch Videos schneiden, z.B. für Social-Media. Außerdem kannst du in Canva die JRK-CD-Elemente (Schriftart, Farben, Vorlagen) ganz einfach zur direkten Nutzung hochladen. Als Non-Profit-Organisation kannst du Canva sogar in der Pro-Version kostenfrei nutzen.

Instagram: In der App kannst du Reels schneiden und Effekte wie Musik, Sticker, Schrift etc. hinzufügen. Unter „Vorlagen“ findest du auch aktuelle/angesagte Reelvorlagen mit Musik, die du ganz einfach nutzen kannst, indem du deine Bilder/Videos in die Vorlagen einbaust.

InShot: Mit der App kannst du Videos schneiden. Deine Videos kannst du mit diversen Effekten wie Musik, Übergängen, Filtern, Aufklebern, Animationen etc. bearbeiten.

Weiterführende Infos: Du bist noch ganz neu auf Insta und möchtest erstmal einen Einstieg in die Funktionen und Bedienung der App bekommen? Dann schaue dir gerne mal dieses YouTube-Online-Tutorial an: https://www.youtube.com/watch?v=5dKPMerjR9k

Kleiner Leitfaden –
Erstellung von Social-Media-Beiträgen für Instagram und Facebook

Das Erscheinungsbild des Jugendrotkreuzes

Das Erscheinungsbild des JRK ist sowohl auf Offline-Medien (Vorlagen für Broschüren, Faltblätter, Flyer, Infoblätter, Mitgliederausweise, Namensschilder, Plakate, Postkarten, Visitenkarten) als auch Online-medien (Präsentationen, Social-Media-Postings) anzuwenden.

Blau
RGB 40/25/125 | CMYK 100/100/15/0 | HEX #28197d

Rot
RGB 235/0/5 | CMYK 0/100/100/0 | HEX #eb0005

Gelb
RGB 255/230/70 | CMYK 0/0/80/0 | HEX #ffe646

Petrol
RGB 0/160/170 | CMYK 80/15/35/0 | HEX #00a0aa

Grün
RGB 175/215/100 | CMYK 45/0/75/0 | HEX #afd764

Vorlagen für Social-Media-Postings

Die Posting-Vorlagen vom Bundesverband kannst du dir direkt in Canva hochladen. Voraussetzung ist, dass du bereits einen angelegten Account hast. Klicke hierzu auf diese Feed- und Story-Vorlagen:
https://www.jrk-nordrhein.de/fileadmin/user_upload/JRK_Soziale Medien-Media_Postings_1920x1920_Canva_Links.pdf

https://www.jrk-nordrhein.de/fileadmin/user_upload/JRK_Soziale Medien-Media_Stories_1080x1920_Canva_Links.pdf

Grundlegende Gestaltungsprinzipien beim JRK-Design (sowohl bei Online- als auch Offline-Medien) sind die schrägen Flächen (+/- 2 bis 3 Grad, kann auch über den Bildrand hinauslaufen) sowie Sticker, die zum jeweiligen Thema passend ausgewählt werden sollten.

Typografie

Für alle JRK-Publikationen (offline und online) wird die Schrift „Quicksand“ verwendet. Wenn du die Vorlagen vom Bundesverband in deinen Account hochgeladen hast, kannst du automatisch die Schriftart nutzen.
Für deine sonstigen Anwendungen kannst du dir die Schriftart auf deinem Rechner installieren.

Logo

Die Größe des Logos sollte an die Größe des Grafik-Produktes (z.B. Flyer, Plakat) angepasst werden.

Innerhalb eines Grafik-Produktes sollte es aber immer die gleiche Größe haben. Das JRK-Logo wird immer in den oberen rechten Bildrand eingebunden.

Bitte nutze das JRK-Logo aus den jeweiligen CD-Vorlagen um sicherzustellen, dass das Logo immer gleich eingebunden ist.

Alle CD-Elemente des JRK kannst du dir hier herunterladen: https://jugendrotkreuz.de/mediathek/cd-elemente

Falls du keine Zugangsdaten hast, melde dich einfach bei uns unter:
jugendrotkreuz@drk-nordrhein.de

Wir senden dir die Zugangsdaten per E-Mail zu.

Kurzanleitung – Mitgliederwerbung und -gewinnung über Instagram und Facebook

Eins vorab: Social Media ist nicht DIE einzige Möglichkeit, neue Mitglieder für das Ehrenamt zu gewinnen. Es ist vielmehr EINE Möglichkeit von vielen.

Da sehr viele Kinder, Jugendliche und Eltern einen Instagram- und/oder Facebook-Account haben, werden diese beiden Kanäle exemplarisch vorgestellt.

Ob Social Media das richtige Format für die Mitgliedergewinnung ist, entscheidet sich über die folgenden Fragen:

- **Welche Zielgruppe möchtest du ansprechen, um neue Mitglieder zu gewinnen?**

  Stelle dir die Zielgruppe am besten als Person vor, von der du weißt, welche Hobbys sie hat, wie sie so tickt, wo sie lebt, wie alt sie ist etc.

- **Hält sich die von dir ausgewählte Zielgruppe vorrangig auf Facebook und/oder Instagram auf?**

  Wenn du diese Frage mit „Ja“ beantworten kannst, ist es ggf. sinnvoll für dich, auf Instagram oder Facebook Mitgliedergewinnung oder -werbung zu betreiben.

- **Du hast Zeit und Lust, hochwertige (Bilder/Videos mit guter Auflösung/Texte) Social-Media-Beiträge zur Mitgliedergewinnung zu produzieren und auszuprobieren, was gut ankommt?**

  Wenn du diese Frage auch mit „Ja“ beantworten kannst, kannst du (fast) starten.

- **Um bezahlte Anzeigen/Werbung (Social Ads) auf Facebook/Instagram zu schalten, benötigst du ein Budget. Das ist abhängig von der Laufzeit der Kampagne bzw. der Art und Weise, wie du die Anzeige schaltest. Du kannst auch schon mit einem kleinen Budget (ab 1 Euro pro Tag) starten.**

  Ist der mögliche Budget-Rahmen geklärt, kann es endlich losgehen.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Tipp:
Die Zielgruppen auf Facebook sind sehr heterogen. Grundsätzlich ist das Medium interessant, wenn du eher ältere Personen ansprechen möchtest (Nutzungsquote nach Altersgruppe: 30 bis 49 Jahre: 47 Prozent; 14 bis 29 Jahre: 42 Prozent; 50 bis 69 Jahre: 31 Prozent; ab 70 Jahren: 17 Prozent).

Auf Instagram erreichst du immer noch viele junge Menschen: 74 Prozent der 14- bis 29-Jährigen nutzen Instagram und immerhin auch 39 Prozent der 30- bis 49-Jährigen.

Gut zu wissen:
Auf TikTok ist die Hauptzielgruppe die Generation Z, also junge Menschen ab 14 bis 25 Jahren.

Mehr Infos:
https://business.trustedshops.de/blog/zielgruppen-analyse-Soziale Medien-media

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Kurzanleitung – Mitgliederwerbung und -gewinnung über Instagram und Facebook

Kurz erklärt: Mitgliederwerbung und -gewinnung mit bezahlter Anzeige

Du musst nicht zwangsläufig direkt eine bezahlte Kampagne oder einen bezahlten Beitrag anlegen, um potenzielle, neue Mitglieder von dir zu überzeugen. Manchmal kommen potenzielle Mitglieder auch über Umwege auf deinen Social-Media-Account. Dort sollten sie allerdings sehr schnell einen positiven Eindruck von möglichen Formen des ehrenamtlichen Engagements gewinnen können.

Hier ein paar Content-Ideen, um die Attraktivität des ehrenamtlichen Engagements aufzuzeigen:

(Karussell-)Post

- **unterhaltend:** Fotos von ehrenamtlich Engagierten mit einem kurzen Zitat-Baustein im Bild, was sie an ihrem ehrenamtlichen Engagement besonders schätzen
- **unterhaltend:** Grafik-Elemente mit emotionalen Textausschnitten, wieso es sich lohnt, sich ehrenamtlich für andere einzusetzen
- **informierend:** Grafik-Elemente, die die Möglichkeiten des ehrenamtlichen Engagements kurz, prägnant und visuell ansprechend darstellen

Reel-Beitrag

- **unterhaltend:** mit Mythen des ehrenamtlichen Engagements aufräumen (z.B. hoher Zeitfaktor, keine Wertschätzung)
- **informativ:** die Vorteile des ehrenamtlichen Engagements hervorheben (z.B. gut für den Lebenslauf, Erlernen unterschiedlicher Kompetenzen, neue Freundschaften schließen)
- **unterhaltend:** Ausschnitt einer ehrenamtlichen Aktivität von euch (z.B. das Durchführen einer Gruppenstunde, die gemeinsame Ferienfahrt, eine besonders schöne Aktion)

Story-Beitrag

Hinweis: Der Story-Beitrag eignet sich eher dafür, bereits aktive Mitglieder deiner Community, die deinen Verein aller Wahrscheinlichkeit nach bereits kennen, zu einem (weiterführenden) ehrenamtlichen Engagement zu bewegen. Der Beitrag sollte also schon etwas spezifischer sein und z.B. ein bestimmtes Ehrenamt bewerben. Verzichte darauf, in epischer Länge deinen Verein und die Grundsätze vorzustellen.

- **informativ:** mit Grafik-Elementen oder anhand eines Kurzvideos Aufgaben des Ehrenamts vorstellen, Zeitfaktor, Datum, Ort, ggf. Aufwandsentschädigung etc.
- **unterhaltend:** Quizfragen anlegen und somit auf die Form des ehrenamtlichen Engagements aufmerksam machen

Tipp für Instagram:
Lege ein Highlight (zu finden über den Beiträgen auf deiner Instagram-Seite) mit einem aussagekräftigen Titel (z.B. Ehrenamt) an und speichere dort alle relevanten Beiträge ab, die über euer ehrenamtliches Engagement informieren.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Kurzanleitung –
Mitgliederwerbung und -gewinnung über Instagram und Facebook

Kurz erklärt: Mitgliederwerbung und -gewinnung mit bezahlter Anzeige

Nutze den **Werbeanzeigenmanager**, um einzelne Anzeigen, Anzeigen-Gruppen oder Werbeanzeigen anzulegen.

Entscheide dich für ein Anzeigen-Format:

Foto- bzw. Karussell-Anzeige:

wird in der Timeline zwischen den anderen Beiträgen angezeigt und ist mit dem Zusatz „gesponsert“ gekennzeichnet
Format: quadratisch oder quer
Auflösung: mindestens 1080 x 1080 Pixel
bei Karussell-Post: max. 10 Fotos
Call-to-Action unterhalb des Beitrags mit Verlinkung

Video-Anzeige:

wird in der Timeline zwischen den anderen Beiträgen angezeigt und ist mit dem Zusatz „gesponsert“ gekennzeichnet
Format: quadratisch oder quer
Max. Länge: 60 Sekunden
Größe: bis 4 Gigabyte
Call-to-Action unterhalb des Beitrags mit Verlinkung

Story-Anzeige (Bild oder Video):

wird in der Story auf dem kompletten Bildschirm angezeigt. Die Beiträge werden auch mit „gesponsert“ gekennzeichnet. Einen Beschreibungstext kannst du im Video einfügen, es gibt keine Bildunterschrift.
Format: Hochformat
Max. Länge: 60 Sekunden
Größe: bis 4 Gigabyte
Call-to-Action am Ende des Beitrags mit Verlinkung

Tipp:

Der Werbeanzeigenmanager ist abrufbar, wenn du einen Business Account auf Instagram hast und du diesen mit deinem Facebook-Account verknüpft hast. Über die Business Suite hast du Zugriff auf den Werbeanzeigenmanager.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Kurzanleitung – Mitgliederwerbung und -gewinnung über Instagram und Facebook

Kurz erklärt: Mitgliederwerbung und -gewinnung mit bezahlter Anzeige

Tipps beim Erstellen einer Anzeige im Werbeanzeigenmanager:

Sofern du neue Mitglieder für dein Ehrenamt gewinnen möchtest, ist das **Ziel deiner Kampagne** in der Regel, deine Bekanntheit zu erhöhen oder aber potenzielle Kontakte in Form von Kontaktdaten für eine ehrenamtliche Mitgliedschaft zu generieren.

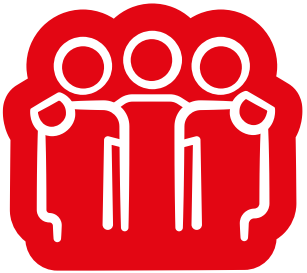
Wähle eine **manuelle Platzierung** aus, damit du sicherstellst, dass das von dir ausgewählte Anzeigenformat auch wirklich der Darstellungsweise des Kanals und dem Ort, wo die Anzeige dargestellt wird (Feed, Story etc.), entspricht.

Nutze einen **bereits geposteten Beitrag**, der gut bei deinen Follower*innen angekommen ist, um ihn zusätzlich über eine Werbeanzeige zu bewerben. Die Wahrscheinlichkeit ist hoch, dass der Beitrag auch bei anderen Follower*innen der Zielgruppe gut ankommt.

Stelle sicher, dass du die interessierte Person auf eine in der Anzeige verlinkte Landingpage (z.B. Seite zu deiner JRK-Gruppe im Internetauftritt des DRK) mit allen relevanten Informationen weiterleitest. Hierzu zählen z.B.:

- kurz und knapp: was ihr macht und was euer Alleinstellungsmerkmal ist
- welche Altersgruppe ihr ansprecht
- an welchem Ort und zu welcher Uhrzeit ihr euch trefft
- was Ehrenamtlichen geboten wird und was sie vom Engagement haben
- welche weiteren Voraussetzungen erfüllt sein sollten
- wie sich die Person ehrenamtlich bei euch einbringen kann
- Kontaktdaten

Viel Spaß beim Erstellen deiner Werbeanzeige.



Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methodenketten – "Wie gestalte ich ein schönes Foto?" und "Wie schreibe ich einen Bericht?"

Ziele: Kindern und Jugendlichen werden Kenntnisse zur Erstellung von Berichten und Bildinhalten vermittelt.
Themen: Jugendmedienarbeit, Fotografie, Schreiben von Berichten
Voraussetzungen: Beamer/Bildschirm, Laptop/Tablet, Smartphone/Kamera für alle Teilnehmer*innen, Schere, Kleber, Fotodrucker, Fotodruck-Papier, Flipchartpapier, Marker, Kugelschreiber, Papier (liniert), Metaplanwand, Moderationskoffer
Alter: ab 10 Jahren
Dauer:

- Theorie zur Fotografie und Berichterstattung: jeweils 15 Minuten
- Dauer der 8 Methoden: jeweils 20 – 90 Minuten

Empfohlene Gruppengröße: 4 – 10 Teilnehmende

Die Beschreibung der Methoden beginnt im Leitfaden für die JRK Medien-Methodenbox auf Seite 4 (Fotografie) und auf Seite 8 (Berichterstattung). Die Datei ist über folgende Seite zum Download verfügbar: https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

www.jrk-nordrhein.de
@jrk_nordrhein
@jrk.nordrhein

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Digitale Medien zielorientiert bedienen und anwenden

Digitale Medien an geeigneter Stelle und in sinnvoller Art und Weise einzusetzen, sehen wir als Chance, uns zeitgemäß weiterzuentwickeln.

Wir setzen uns daher dafür ein, dass Kinder und Jugendliche an eine zielorientierte Nutzung digitaler Medien herangeführt und Multiplikator*innen im Umgang mit digitalen Medien gestärkt werden.

Dadurch wirken wir gemeinsam möglichen Risiken bei der Nutzung von digitalen Medien entgegen und ermöglichen gleichzeitig einen zweckdienlichen Umgang.

Themenpaket 2

- **Methode – Richtig suchen und finden!**
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche
- **Sammlung – Digitale medienpädagogische Tools für den täglichen Gebrauch**
  Zielgruppe: Multiplikator*innen, z.B. Gruppen- und Jugendleitungen sowie Fachkräfte an Schulen
- **Kurzanleitung – Einsatz eines iPads (allgemein digitaler Hardware) in einer Gruppenstunde**
  Zielgruppe: Multiplikator*innen, z.B. Gruppen- und Jugendleitungen
- **Methode - Social-Media-Führerschein**
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode –
Richtig suchen und finden!

Ziele:
- Kinder und Jugendliche lernen die Grundlagen der Suchmaschinen-Recherche kennen.
- Vorstellung kinder- und jugendgerechter Suchmaschinen und Online-Lexika

Themen: Recherche, Bedienung von Suchmaschinen, Suchmaschinen und Online-Lexika für Kinder
Voraussetzungen: Beamer/Bildschirm, Laptop/Tablet, Smartphone je Teilnehmer*in, Flipchartpapier, Marker, Kugelschreiber, Papier (liniert)
Alter: ab 10 Jahren
Dauer: abhängig von der Gruppengröße, mindestens 20 Minuten
Empfohlene Gruppengröße: min. 4 Teilnehmende
Ablauf: Die Beschreibung der Methode beginnt im Leitfaden für die JRK Medien-Methodenbox auf Seite 16. Die Datei ist über folgende Seite zum Download verfügbar:
https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Sammlung –
Digitale medienpädagogische Tools für den täglichen Gebrauch

Digitale Partizipationstools

Padlet
Webservice/App, um Texte, Bilder, Videos, Links, Sprach- und Bildschirmaufnahmen zu erstellen oder zu teilen. Padlet erleichtert euch außerdem die Organisation von Aktionen oder eurer laufenden JRK-Arbeit.

Kahoot! (Quiz-App)
Dienst zur Erstellung von digitalen Quizspielen und Umfragen. Quizze und Umfragen können in einer App erstellt werden. Teilnehmer*innen können entweder via App oder über einen Webservice mitmachen.

Mentimeter
Mit der App könnt ihr Echtzeit-Feedback während einer Präsentation, auch im Rahmen nicht-digitaler Angebote, einfangen. Die Feedback-Geber*innen können via Online-Zugriff auch ohne App teilnehmen.

Design/Grafik

Canva
Erstellung von Grafikdesign-Elementen wie Soziale-Medien-Beiträge, Präsentationen, Flyern, Postkarten etc. online und via App.

QR-Code-Generator
Dieser Webservice ermöglicht das kostenlose Erstellen von QR-Codes für Print-Publikationen.

Short1.Link
Online-Tool, um lange Websiteadressen in kurze Links umzuwandeln

Audio

Garageband (iOS) und Walkband (Android)
Ihr könnt mit diesen Apps eigene Musikstücke erstellen.

Diese Sammlung gibt euch einen **Überblick über kostenfreie digitale medienpädagogische Tools,** die ihr in eure Arbeit mit Kindern und Jugendlichen einbinden könnt. Die einzelnen Kategorien bieten einen Überblick zum Verwendungskontext und erleichtern euch die Auswahl der Tools, die ihr für eure Arbeit braucht.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Sammlung –
Digitale medienpädagogische Tools für den täglichen Gebrauch

Organisation

SimpleMind – Mindmapping
Ihr könnt mit dieser App Informationen in Mindmaps und Flussdiagrammen darstellen.

Mural
Sammeln von virtuellen Post-Its zum freien Verschieben, Anordnen und Clustern online oder via App.

Sketchbook
App zum Skizzieren, Malen und Zeichnen

MindMeister
Online-Mindmapping-Anwendung und App zur Erstellung von Mindmaps, die visualisiert, geteilt und präsentiert werden können

Trello
Webservice/App, der/die ein für mehrere Nutzer*innen zugängliches digitales Pinnboard bereitstellt, an dem Listen, Karten und Zettel organisiert werden können

Serious Games/Lernspiele

Quizizz (Quiz-App)
Webservice/App, der/die bei Gruppenaufgaben, Tests, aber auch bei Unterhaltungs-Quizzen angewendet werden kann.

Biparcours (Rallye-App)
Dieser Webservice/diese App kann zur Gestaltung digitaler Lernangebote in der Schule genutzt werden.

Video

InShot-App
Mit der InShot-App können Videos bearbeitet, geschnitten oder mit Musik unterlegt werden. Die App ist sehr übersichtlich und leicht zu bedienen. Die App ist kostenlos für Smartphones und Tablets mit iOS oder Android verfügbar.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Sammlung –
Digitale medienpädagogische Tools für den täglichen Gebrauch

Produktive Zusammenarbeit mit der Office 365 Suite

Die Office 365 Suite ist in vielen Schulen/JRK-Gliederungen verfügbar und bietet eine Bündelung verschiedener Tools an, welche die digitale (Zusammen) Arbeit erleichtern. Ein Zugriff auf die einzelnen Dienste ist über den Webbrowser, Apps oder Anwendungen für den PC möglich.

Word, Excel, PowerPoint und vieles mehr
Texterstellung, Tabellenkalkulation, Erarbeitung von Präsentationen für die gemeinsame und zeitgleiche Arbeit an Dokumenten: Neben den bekannten Diensten stehen weitere Komponenten zur Verfügung, wie Outlook, OneNote, Teams, Onedrive und Forms.

Outlook
Über diesen Dienst kann von überall aus auf E-Mails, Kontakte und freigegebene Kalender zugegriffen werden.

OneNote
Mit dieser Komponente können Notizen organisiert werden.

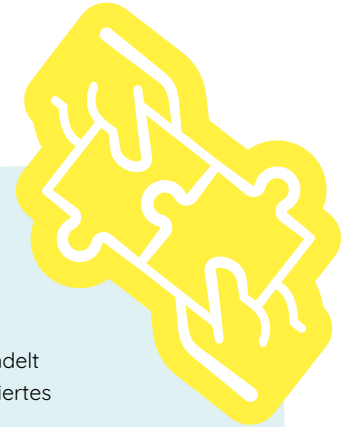
Teams
Teams ist ein Tool, um Video-Konferenzen oder Telefonate durchzuführen oder um miteinander zu chatten. Holt euch für die Durchführung von digitalen Konferenzen Tipps aus unserer **Arbeitshilfe Video-konferenzen:**
https://www.jrk-nordrhein.de/mediathek/materialien-fuer-die-paedagogische-arbeit

Onedrive
Online-Datenspeicher, in dem Bilder, Dokumente und andere Dateien gespeichert und mit anderen Nutzer*innen geteilt werden können. Der Dienst ist mit den meisten anderen Office 365-Diensten verknüpft, sodass etwa Dokumente aufgerufen und bearbeitet werden können.

Microsoft Forms
Dieser Service dient zur Erstellung von einfachen Umfragen und Anmeldeprozessen zur Einbindung auf der Website via HTML Snippet oder zum Versand in Messengergruppen via Link. Anwendungsbeispiele: Anmeldungen zu Zeltlagern, Bestellung von JRK-Bekleidung etc.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Sammlung –
Digitale medienpädagogische Tools für den täglichen Gebrauch



Unterhaltungsspiele

Hinweis: Diese Spiele haben z.T. kein Impressum und keine Datenschutzerklärung. Wir haben uns wegen der spannenden Spielekonzepte trotzdem dazu entschieden, sie mit in diese Sammlung aufzunehmen.

Gartic Phone
Gartic Phone ist ein digitales Stille-Post-Spiel, auf das Teilnehmer*innen via Webbrowser zugreifen können.

skribbl.io
Ein*e Spieler*in zeichnet im Webbrowser auf der virtuellen Leinwand, die anderen Kinder/Jugendlichen erraten das Motiv.

werwolfonline.eu
Diese Anwendung ist ein Online-Gesellschaftsspiel, bei dem Diskussionen und Gruppendynamik im Vordergrund stehen.

Space Mafia: Imposter Hunt
Die Spieler*innen sind auf der Suche nach einer*einem Mörder*in auf einem Raumschiff.

Codenames Online
Bei der Anwendung handelt es sich um ein teambasiertes Online-Ratespiel.

Red-Cross-Quiz-Content
Der JRK Kreisverband Viersen stellt auf seiner Website Online-Quizze zu verschiedenen Rotkreuz-Themen bereit:
https://www.jrk-vie.de/service/quiz-seite/

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Kurzanleitung –
Einsatz eines iPads (allgemein digitaler Hardware) in einer Gruppenstunde

Digitale Hardware, wie z.B. iPads, sind kein Muss in einer Gruppenstunde. Sie sollten auch nicht „einfach so“ zum Einsatz kommen. Digitale Hardware **sollte anlassbezogen eingebunden** werden und ihr Einsatz mit einem **konkreten Projekt oder mit einer bestimmten Aufgabe** verbunden sein. Wichtig ist, dass sowohl eure Kinder und Jugendlichen als auch ihr als Jugend-/Gruppenleiter*innen Lust auf ein Projekt habt, das den Einsatz von digitalen Medien erfordert.

Das ist der Fall? Dann haben wir hiermit eine Kurzanleitung für euch zusammengestellt, die euch bei der Nutzung digitaler Medien innerhalb einer Gruppenstunde oder eines Projektes unterstützen soll:

Datenschutz
Falls ihr selbst digitale Hardware an eure Kinder/Jugendlichen aushändigt, ist zum Schutz der Daten eurer Mitglieder und eurer eigenen Daten Folgendes zu beachten:

Anmeldungen und Accounts
Nutzt **ausschließlich offizielle (JRK/DRK-)Accounts**, um euch für Anwendungen anzumelden.

Gespeicherte Bilder, Daten und Zugriffsrechte
Prüft regelmäßig, ob sich ausschließlich Bilder, Daten und Zugriffsrechte (bspw. auf Cloud-Speicher) auf den Geräten befinden, die ihr **im Zuge eurer Arbeit für das JRK nutzt.**

Bluetooth und Standort
Deaktiviert beide Einstellungen, wenn sie nicht genutzt werden sollen.

Keine Hinterlegung von Kontodaten
(wählt „Überspringen“) sowie **Zahlungsdaten**, damit nicht unerwünschte kostenpflichtige Apps, In-App-Käufe etc. getätigt werden können.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Kurzanleitung –
Einsatz eines iPads (allgemein digitaler Hardware) in einer Gruppenstunde

Vorbereitung

Bevor ihr eure Gruppenstunde mit dem Einsatz von Medien startet, solltet ihr Folgendes beachten:

- Bringen die Kinder oder Jugendlichen ihr eigenes Gerät mit oder werden Geräte, z.B. beim JRK Nordrhein, ausgeliehen?
  Alle Infos zum Verleih findet ihr unter:
  https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

Kümmert euch vorab um die Ausleihe oder informiert die Kinder/Jugendlichen rechtzeitig, dass sie ihre eigenen Geräte mitbringen sollen. Weist bei mitgebrachten Geräten darauf hin, dass das JRK keine Haftung für während der Gruppenstunde an privaten Geräten entstehende Schäden übernimmt.

- Überlegt euch vorab, **welche Apps ihr während eure Gruppenstunde/eures Projektes nutzen möchtet.** Informiert euch über mögliche (datenschutz) rechtliche (Alters) Einschränkungen.
- Überlegt euch einen **Rahmen und Regeln,** die bei der Nutzung der Geräte gelten sollen. Die Regeln können folgende Themenbereiche betreffen:

Bild-/Urheberrecht, Datenschutz/Sicherheitseinstellungen, Fairness/Netiquette, Vermeidung gefährdender/nicht altersangemessener Inhalte, Ansprechpartner*innen/Anlaufstellen bei Problemen, Einsatz der Kamera, sorgsamer Umgang mit den Geräten

- Prüft, ob vor Ort eine **stabile Internetverbindung** zur Verfügung steht.
- Legt einen **Kinderaccount** an, um Nutzungszeiten einzuschränken, Käufe zu verhindern, anstößige (Web)Inhalte zu sperren und das Game Center zu beschränken. Wie ihr einen Kinderaccount bei Apple-Produkten einrichten könnt, erfahrt ihr hier:
  https://support.apple.com/de-de/HT201084
  und wie ihr Funktionen beschränkt, erfahrt ihr hier:
  https://support.apple.com/de-de/HT201304

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Kurzanleitung –
Einsatz eines iPads (allgemein digitaler Hardware) in einer Gruppenstunde

Kreatives Arbeiten mit digitaler Hardware
In diesen Bereichen könnt ihr euch mit digitaler Hardware superkreativ austoben:

Medienproduktion: Produziert Fotos, Videos, Podcasts, Soziale-Medien-Formate (Posts, Storys, Reels) und Berichte für die Öffentlichkeitsarbeit innerhalb eures Jugendrotkreuz-Ortsvereins oder Kreisverbandes.

Präsentationsmöglichkeiten: Nutzt die Vielfalt unterschiedlicher Apps, um Inhalte kreativ und auf digitale Art und Weise zu präsentieren.

Hinweis: Schaut doch mal bei der **Sammlung von digitalen, medienpädagogischen Tools für den täglichen Gebrauch in diesem Themepaket,** ob ihr eine passende App findet.

Kollaboratives Arbeiten: Arbeitet und gestaltet gemeinsam Ideen und (Text)Dateien – parallel und unabhängig von Zeit und Ort. Wenn bei der Gruppenstunde nicht alle Teilnehmer*innen physisch anwesend sind, könnt ihr euch gleichzeitig auch über Videotelefoniedienste austauschen. Holt euch hierfür Tipps aus unserer **Arbeitshilfe Videokonferenzen:** https://www.jrk-nordrhein.de/mediathek/materialien-fuer-die-paedagogische-arbeit

Wissens- und Informationsmanagement: Nutzt die vielfältigen Möglichkeiten des Internets, um zu recherchieren, Informationen zu sammeln, diese zusammenzutragen und selbstständig neues Wissen/neue Inhalte zu erarbeiten.

Hinweis: Probiert euch mit euren Kindern/Jugendlichen doch mal an der **Methode – Richtig suchen und finden (Themenpaket 2).**

Info
Damit euch das Einrichten eures JRK-iPads erleichtert wird, hat Apple ein iPad-Benutzerhandbuch erstellt. Hier wird euch Schritt für Schritt erklärt, wie ihr Basiseinstellungen an eurem Gerät vornehmen könnt: https://support.apple.com/de-de/guide/ipad/welcome/ipados

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode - Social-Media-Führerschein

Ziele:
Kinder und Jugendliche lernen,
- sich sicher und selbstbestimmt durch die sozialen Netzwerke und Messenger-Dienste zu bewegen und
- sich spielerisch mit dem eigenen Wissen rund um die sozialen Netzwerke und Messenger-Dienste auseinanderzusetzen.

Themen: soziale Netzwerke, Messenger-Dienste
Voraussetzungen: Nutzung der sozialen Netzwerke, eigenes Endgerät, Stoppuhr, Quiz-Webanwendung, Dokument zur Darstellung der Fragen aus dem Praxisteil, ausgedruckte Dokumente: “Selbstbeurteilung: Deine Einschätzung ist gefragt!” sowie “Urkunde: Dein Social-Media-Führerschein”, Stift, ggf. Stempel
Alter: ab 13 Jahren
Dauer: min. 90 Min.
Empfohlene Gruppengröße: min. 2 Teilnehmende
Ablauf: Stellt die Fragen für den Praxisteil auf einem separaten Dokument dar. Lest die Fragen einmal vor und startet dann die Stoppuhr mit der jeweiligen Zeitangabe. Besprecht nach Ablauf der Zeit die Antworten der einzelnen Teilnehmenden in der Gesamtgruppe und stellt die richtigen Lösungsansätze dar.

Für die theoretische Prüfung werden den Kindern/Jugendlichen Fragen gestellt, die eine richtige Antwortmöglichkeit beinhalten. Nutzt z.B. Kahoot!, um aus der „Prüfung“ ein Gruppenerlebnis zu machen.

Hinweis: Kahoot! wird auch bei der **Sammlung – Digitale medienpädagogische Tools für den täglichen Gebrauch** in diesem Themenpaket (Paket 2) vorgestellt.

Tipp: Falls ihr das Thema auch mal bei Insta behandeln wollt, lassen sich die Fragen (in verkürzter Form) auch prima für eine interaktive Insta-Story nutzen. Führt abschließend mit den Teilnehmenden eine Selbstbeurteilung durch und stellt ihnen einen Soziale-Medien-Führerschein aus.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode - Social-Media-Führerschein

Social Media – Praxisteil

1. Aufgabe: Altersbeschränkung (10 Minuten zur Recherche, 10 Minuten zur Besprechung)

Informiere dich, welche Altersbeschränkung für die von dir genutzten Messenger-/Social-Media-Dienste gelten. Prüfe, ob dein Alter dem vorgegebenen Alter der Messenger-/Social-Media-Dienste entspricht. Hast du dein Alter wahrheitsgemäß angegeben? Nein? Dann sollten deine Eltern bzw. Erziehungsberechtigten der Nutzung des Dienstes/der Dienste zustimmen und gemeinsam mit dir, z.B. auf Grundlage der Elternaufsicht-Einstellung bei Instagram, über Möglichkeiten und Grenzen der Nutzung sprechen.

Hinweis: Rechtliche Grundlage für die Verarbeitung deiner Daten durch Messenger-/Social-Media-Dienste ist gem. Artikel 7 der Datenschutzgrundverordnung deine Einwilligung. Diese Vorschrift findest du unter **Themenpaket 3 Factsheet – Die wichtigsten gesetzlichen Regelungen.**

2. Aufgabe: Zugriff auf den Standort (10 Minuten zur Umstellung, 5 Minuten zur Besprechung)

Prüfe unter den Geräteeinstellungen, welche Dienste derzeit auf deinen Standort zugreifen können. Ist es bei allen Diensten notwendig, dass sie auf deinen Standort zugreifen? Überprüfe kritisch und ändere ggf. die Einstellungen.

Hinweis: Gehe wie folgt vor, um die Standort-Einstellungen zu ändern: Öffne Einstellungen auf deinem Handy ⇨ Standort ⇨ wähle die App aus ⇨ ändere ggf. die Einstellungen.

3. Aufgabe: Deaktivierung der Kommentarfunktion (2 Minuten zur Umstellung, 3 Minuten zur Besprechung)

Kein Kommentar? In manchen Fällen, z.B. um dich vor (bösartigen) Kommentaren auf Insta zu schützen, ist es sinnvoll, die Kommentarfunktion auszuschalten. Schalte probeweise für einen deiner Beiträge die Kommentarfunktion aus. Weißt du, wie das geht?

Hinweis: Tippe auf die drei Punkte deines Beitrages und dann auf „Kommentarfunktion deaktivieren“.

Methode - Social-Media-Führerschein

Social Media – Praxisteil

4. Aufgabe: Markierungen auf Insta

(3 Minuten zur Umstellung, 5 Minuten zur Besprechung)

Jede*r darf dich auf Insta (oder in anderen Sozialen-Medien-Diensten) markieren? Das kannst du ändern! Stelle (probeweise) ein, wer dich auf Instagram markieren darf.

Hinweis: Tippe auf Einstellungen in deinem Instagram-Account ⇨ Privatsphäre ⇨ Beiträge ⇨ wähle aus, wer dich markieren darf (z.B. Personen, denen du folgst).

5. Aufgabe: Sichtbarkeit deiner Story (3 Minuten zur Umstellung, 5 Minuten zur Besprechung)

Jede*r sieht deine Story? Stelle (probeweise) ein, dass nur ausgewählte Personen Personen deine Instagram-Story sehen.

Hinweis: Tippe auf Einstellungen ⇨ Privatsphäre ⇨ Story ⇨ Enge Freunde ⇨ wähle Leute aus, die deine Story sehen dürfen.

6. Aufgabe: Deaktivierung von optionalen Cookies

(3 Minuten zur Umstellung, 5 Minuten zur Besprechung)

Wenn du möchtest, dass möglichst wenige deiner persönlichen Daten (Alter, Wohnort, Hobbys etc.) an andere Unternehmen weitergegeben werden sollen, dann deaktiviere optionale Cookies.

Hinweis: Tippe auf Einstellungen in deinem Instagram-Account ⇨ Privatsphäre ⇨ Cookies ⇨ deaktiviere ggf. optionale Cookies.

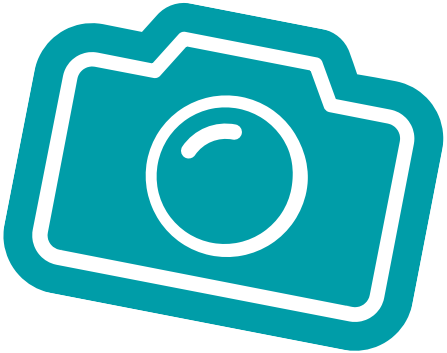
Info: Cookies sind Datenpakete, die zwischen Computerprogrammen ausgetauscht werden. Allgemein werden mit dem Begriff meist HTTP-Cookies bezeichnet, mit deren Hilfe Websites Nutzer*innendaten lokal und serverseitig speichern, um einzelne Funktionen und Webanwendungen wie Onlineshops, soziale Netzwerke und Foren nutzer*innenfreundlicher gestalten zu können.

Quelle: https://www.ionos.de/digitalguide/hosting/hosting-technik/was-sind-cookies/

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode - Social-Media-Führerschein

Social Media – Praxisteil



7. Aufgabe: Bilder-/Videosuche auf einem anderen Account (3 Minuten. zur Suche, 5 Miuten zur Besprechung)

Suche ein Bild oder Video von dir auf einem anderen Account (deiner Freund*innen). Wusstest du von der Bild- oder Videoveröffentlichung? Hat die Person, auf deren Account ein Bild oder Video von dir ist, dich (bzw. deine Eltern) vor Veröffentlichung des Bildes oder Videos um Erlaubnis gefragt?
Nein? Dann solltest du die Person darauf aufmerksam machen, dass sie ohne deine Einwilligung kein Bild oder Video von dir veröffentlichen darf.

Hinweis: Rechtliche Grundlage ist Artikel Art. 2 Abs. 1, Art. 1 Abs. 1 Grundgesetz; § 22, 33 Kunsturhebergesetz. Weitere Informationen zu dieser Regelung findest du unter **Themenpaket 3 Factsheet – Die wichtigsten gesetzlichen Regelungen.** Um das Thema zu vertiefen, bietet sich das Fallbeispiel **#partyhard - Erst fragen, dann posten!** der Methoden aus Themenpaket 3 an.

8. Aufgabe: Preisgabe von intimen Details vermeiden (5 Minuten zur Suche, 5 Minuten zur Auflösung)

Überlege, welche Details so intim sind, dass diese besser nicht auf Social Media veröffentlicht werden sollten. Checke deinen Account auf Beiträge mit intimen Details.

Hinweis: Adresse, Telefonnummer, Beziehungsstatus, Bikini-Fotos, Krankheiten, aktueller Aufenthaltsort, intime Situationen etc. sollten nicht auf Social Media dargestellt werden. Falls du solche Daten schon mal auf deinem Account veröffentlicht haben solltest, überlege dir, ob du die Beiträge nicht besser löschst.

Themenpaket 2 | Digitale Medien zielorientiert bedienen und anwenden

Methode - Social-Media-Führerschein

Social Media – Theorieteil

Was versteht man unter einem „Cookie“?
- ein besonders leckerer Keks, der im Amazon-Webshop kostenfrei bestellt werden kann
- eine Datei, die auf einem Server in den USA abgespeichert wird und ausschließlich Informationen über deinen Wohnort enthält
- **eine Datei, um Nutzer*innendaten lokal und auf einem Server mit dem Zweck zu speichern, das Surfverhalten der Nutzer*innen zu analysieren**

Ab wie vielen Jahren ist die Nutzung von Instagram erlaubt?
- **ab 13 Jahren**
- ab 16 Jahren
- ab 18 Jahren

Ab wie vielen Jahren ist die Nutzung von TikTok erlaubt?
- **ab 13 Jahren**
- ab 15 Jahren
- ab 16 Jahren

Welche der folgenden Apps gehört nicht zum Meta-Konzern?
- Instagram
- WhatsApp
- **Snapchat**

Welches Gesetz beschäftigt sich mit dem Recht am eigenen Bild?
- **Kunsturhebergesetz**
- Artikel 7 Datenschutzgrundverordnung
- Jugendschutzgesetz

Wann dürfen Bilder auch ohne erforderliche Einwilligung veröffentlicht werden?
- wenn die Person auf dem Foto besonders gut aussieht
- **wenn die Person auf dem Foto dem Bereich der Zeitgeschichte zuzuordnen ist**
- wenn die Person auf dem Foto vor einer Woche die Zustimmung für ein anderes Foto erteilt hat

Wozu kann die Deaktivierung von Standort-Daten (GPS) unter anderem führen?
- **Du bekommst keine standortgebundene Werbung mehr angezeigt**
- Google Maps zeigt dir weiterhin deinen aktuellen Standort an
- Das Wetter wird dir weiterhin lokal angezeigt

Bei welcher Messenger-App muss keine Telefonnummer angegeben werden?
- **Threema**
- WhatsApp
- Telegram

Wie muss Werbung auf Social-Media-Kanälen gekennzeichnet werden?
- Ein allgemeiner, einmaliger Hinweis in Form eines Feed-Beitrages in dem jeweiligen Profil ist ausreichend.
- versteckt und unleserlich im jeweiligen Beitrag
- **sichtbare Kennzeichnung der Beiträge mit den Worten**

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode - Social-Media-Führerschein

Social Media – Theorieteil

„Werbung“ oder „Anzeige“

Was ist unter Fake News vordergründig zu verstehen?

- die Verbreitung von beleidigenden Nachrichten
- Aufruf zur Gewalt
- **die Verbreitung von unwahren Behauptungen**

Wie kannst du das Risiko von bösartigen Kommentaren auf deinem Social-Media-Profil minimieren?

- bösartigen Kommentaren mit Hass und Hetze begegnen
- **die Kommentar-Funktion deaktivieren**
- provozierende Beiträge posten

Wie sieht ein sicheres Passwort aus?

- 6789
- **FhJkNOp3!**
- Haus

Du bekommst eine E-Mail von einem*einer unbekannten Absender*in mit einem Anhang. Öffnest du den Anhang?

- Ich bin neugierig und möchte sehen, was in dem Anhang ist
- Die persönliche Ansprache wirkt vertrauenserweckend. Da ist es kein Problem, den Anhang zu öffnen
- **Ich öffne den Anhang nicht. Es könnte sich ein Virus darin verstecken**

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode - Social-Media-Führerschein

Social Media – Theorieteil

Selbstbeurteilung: Deine Einschätzung ist gefragt!
Nach Durchführung des Social-Media-Führerschein ist deine Selbsteinschätzung gefragt.

Mache für dich ganz persönlich Notizen zu den aufgeführten Fragen. Du musst diese Notizen auch niemandem zeigen. Sie sollen dein persönliches Lernerlebnis widerspiegeln.

Das habe ich gelernt:

Darauf werde ich beim nächsten Mal mehr achten:

Das hat mir besonders gut gefallen:

Das hat mir weniger gut gefallen:

Mein Lob an mich:

Themenpaket 2 | Digitale Medien
zielorientiert bedienen und anwenden

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Urkunde:
Dein Social-Media-Führerschein

Teilnehmer*in: Vorname, Name

Geburtstag, Geburtsort

Kommentar Prüfer*in

Social-Media-Praxis (Stempel)

Social-Media-Theorie (Stempel)

Es wurden folgende Fähigkeiten im Rahmen des Sozialen-Medien-Führerscheins erworben:

- kann digitale Geräte via Passwort gegen Fremdzugriff absichern
- kennt Altersgrenzen für die Nutzung bekannter Sozialen-Medien-Dienste
- hat ein Bewusstsein für Fake News und Computerviren entwickelt
- kann den Zugriff auf persönliche Daten (zum Zwecke der Werbung) einschränken
- kann Informationen auf den Sozialen-Medien nur für eine bestimmte Zielgruppe öffentlich machen
- beachtet rechtliche Rahmenbedingungen (u.a. Datenschutz)

Stempel, Datum, Ort, Unterschrift des*der Prüfers*in

www.jrk-nordrhein.de
@jrk_nordrhein
@jrk.nordrhein

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Datenschutz, Jugendschutz und Medienrecht

Wir machen Kinder und Jugendliche fit für den verantwortungsvollen Umgang mit eigenen sowie fremden Daten und vermitteln ihnen die sichere Handhabung verschiedener Medien.

Im Sinne des Jugendschutzes stellen wir sicher, dass Kinder und Jugendliche über gefährliche Inhalte aufgeklärt sind und diese Inhalte kompetent einordnen können.

Außerdem wirken wir darauf hin, dass junge Menschen ein Bewusstsein für gesetzliche Regelungen und reale Gefahren entwickeln, die in ihrer alltäglichen Mediennutzung (online und offline) eine wichtige Rolle spielen.

Themenpaket 3

- **Methode – Achtung: eure Daten im Netz**
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche
- **Methode – Fallbeispiele zum Thema digitale Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden**
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche
- **Fact-Sheet – Die wichtigsten gesetzlichen Regelungen**
  Zielgruppe: Multiplikator*innen, z.B. Gruppen- und Jugendleitungen sowie Fachkräfte an Schulen
- **Muster-Anschreiben für Erziehungsberechtigte – Erläuterung und Einverständniserklärung zur Nutzung von Social Media, Messenger-Apps und anderen digitalen Medien in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen**
  Zielgruppe: Multiplikator*innen, z.B. Gruppen- und Jugendleitungen sowie Fachkräfte an Schulen

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode –
Achtung: eure Daten im Netz

Ziele: Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen für Selbstpräsentation, Privatsphäre und Datenschutz auf Social Media
Themen: Selbstpräsentation, Privatsphäre und Datenschutz auf Social Media
Voraussetzungen: Beamer/Bildschirm, Laptop/Tablet, Smartphone je Teilnehmer*in, Kugelschreiber, Papier (liniert), digitales Foto für die Bildersuche
Alter: ab 10 Jahren
Dauer: 45 Minuten
Empfohlene Gruppengröße: 4 – 10 Teilnehmende
Ablauf: Die Beschreibung der Methode beginnt im Leitfaden für die JRK Medien-Methodenbox auf Seite 21. Die Datei ist über folgende Seite zum Download verfügbar: https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

Ziele: Die Teilnehmenden entwickeln ein Bewusstsein für Gefahren im Umgang mit digitalen Medien.
Themen: Missachtung des Rechtes am eigenen Bild, Verstoß gegen Urheberrecht, Umgang mit jugendgefährdenden Inhalten, Absicherung von Geräten und Profilen, Vertraulichkeit und Respekt beim Umgang mit fremden Daten, problematischer Videospielkonsum, Vorsicht im Umgang mit Internetbekanntschaften, religiöser Extremismus, digitale Teilhabe, Einfluss von Influencer*innen, Nutzung von künstlicher Intelligenz
Voraussetzungen: keine
Alter: 14 – 19 Jahre
Dauer: ca. 15 Minuten je Fallbeispiel
Empfohlene Gruppengröße: 5 – 15 Teilnehmende

Ablauf: Digitale Medien haben ihren festen Platz in der Freizeit und im Schulalltag von jungen Menschen. Sie haben jedoch neben zahlreichen Vorteilen auch ihre Schattenseiten: Ähnlich wie auch im nicht-digitalen Leben erwarten Kinder und Jugendliche im Internet und in den sozialen Netzwerken (vermeidbare) Gefahren und rechtliche Fallstricke. Anhand der nachfolgenden Szenarien, die nur stellvertretend für eine Vielzahl weiterer denkbarer Fälle stehen, könnt ihr Schüler*innen und Mitglieder von Jugendgruppen für diese Probleme sensibilisieren.

Die Fallbeispiele sind alle nach dem folgenden Schema aufgebaut: Auf jeden Sachverhalt folgen einige Diskussionsfragen. Sind rechtliche Regelungen oder Straftatbestände tangiert, folgt ein kurzer Verweis auf die geltende Rechtsgrundlage - diese kann dann im **Factsheet "Die wichtigsten gesetzlichen Regelungen"** nachgeschlagen werden.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

1. #partyhard – Erst fragen, dann posten!

Fallbeispiel:
Die 16-jährige Sevim hat das Wochenende gemeinsam mit ihrer besten Freundin Julia (17 Jahre) verbracht. Die beiden Mädchen haben einen abendlichen Partyausflug in die Kölner Innenstadt unternommen. Sie sind sehr stolz auf ihren ersten Clubbesuch, bei dem zahlreiche Selfies entstanden sind. Sevim ist sich sicher, dass sie ihre Fotos nicht in den sozialen Netzwerken wiederfinden möchte – vorher mit ihrer Freundin darüber gesprochen hat sie aber nicht. Julia hingegen sieht das deutlich lockerer und veröffentlicht regelmäßig Instagram-Posts aus ihrem Leben, so auch an diesem Abend. Am folgenden Montag wird Sevim in der Schule von ihren Klassenkamerad*innen auf ein Instagram-Foto angesprochen, auf welchem sie angetrunken und ziemlich fertig wirkt: „Du hast auch hart gefeiert am Wochenende, ne Sevim?“ Sevim ist die Situation sichtlich peinlich. Sie bittet Julia um Löschung des Posts.

Diskussionsfragen:
- Wie hätte die geschilderte Situation vermieden werden können?
- Warum ist Sevim die Aufnahme peinlich?
- Wie sollte Julia eurer Meinung nach reagieren?

Einschlägige Vorschriften:
Allgemeines Persönlichkeitsrecht (Artikel 2 Abs. 1 und Artikel 1 Abs. 1 Grundgesetz), § 22 Kunsturhebergesetz, zivilrechtlicher Schadensersatzanspruch

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

2. Achtung: teurer Musik-Spaß – Finger weg von fremden Inhalten!

Fallbeispiel:
Michael und Julian (beide 14 Jahre alt) reizt der Spaß an der Musik und am Verbotenen - aus diesem Grund laden sie regelmäßig unter einem Pseudonym (miningmadness05) Remixes ihrer Lieblingssongs auf einer Filesharingplattform mit angegliedertem Chat hoch. Diese sind immer mit ihrem Markenzeichen gekennzeichnet - ihr Pseudonym, gekonnt eingesprochen in Double-Time. Die Freunde sind stolz darauf, dass sie kürzlich den 100sten Track online gestellt haben und viele Nutzer*innen immer wieder begeisterte Rückmeldungen geben. Wenige Tage, nachdem sie ihr neuestes Meisterstück erstellt und hochgeladen haben, wird Julian von seinem Vater angesprochen: Ein Anwalt hat im Auftrag einer Plattenfirma ein Abmahnschreiben zugeschickt, welches die Familie zu einer schriftlichen Unterlassungserklärung der Verwendung des fremden Materials auffordert und außerdem die Kosten des Anwaltes in Rechnung stellt. Für den Wiederholungsfall wird eine Vertragsstrafe von 10.000 Euro angedroht.

Diskussionsfragen:
- Wie können Michael und Julian ihr Hobby ausüben, ohne mit dem Urheberrecht in Konflikt zu geraten? (**Antworthinweis:** Verzicht auf Veröffentlichung, Verwendung von rechtefreier Musik)
- Wäre es fair, wenn sich Michael und Julian mit ihrem Taschengeld an den Kosten beteiligen müssten?
- Hattet ihr schon einmal Berührungspunkte mit dem Urheberrecht?

Einschlägige Vorschriften:
§ 106 Urheberrechtsgesetz

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

3. Volle Video-Dröhnung – Dabei sein ist nicht immer alles!

Fallbeispiel:
In der Klasse 9e der städtischen Gesamtschule Reitberg am Rhein gibt es eine neue Challenge auf dem Pausenhof: Einige der Jugendlichen in der Klasse sehen sich zwischen den Stunden gemeinsam Videos mit eher fragwürdigem Inhalt an. Während sie zu Beginn des Schuljahres mit Ausschnitten aus Filmen mit einer Altersfreigabe von 18 Jahren (FSK „keine Jugendfreigabe“) begannen, spielen sie später auf dem mitgebrachten Tablet-PC auch (gewalthaltige) pornographische Clips ab, amüsieren sich über Propagandavideos politisch extremer Gruppierungen (inklusive Gewaltaufrufen gegen Minderheiten) und suchen gezielt nach Influencer*innen, die Mitschnitte realer Gewaltorgien kommentieren. Was ursprünglich einmal als Mutprobe unter wenigen begonnen hat, wird zunehmend populärer: Immer mehr Mitglieder der Schulklasse schließen sich der Clique an und werden teilweise das erste Mal mit den für sie verwirrenden Inhalten konfrontiert…

Diskussionsfragen:
- Was ist problematisch an Inhalten im Web, in denen bspw. Pornographie, Gewalt oder Hass eine Rolle spielen?
- Welche Kategorien problematischer Inhalte fallen euch noch ein? (**Antworthinweis:** bspw. Drogenkonsum, Glücksspiel, politischer oder religiöser Extremismus etc.)
- Könnt ihr euch vorstellen, dass einige der Schüler*innen ernsthaft durch die gezeigten Inhalten gefährdet werden?
- Wie kann so eine Situation vermieden werden? (**Antworthinweis:** Verbot von privaten Geräten in der Schule, Kinder-/Jugendschutz-App bzw. Einstellungen, Vereinbarung von Nutzungsregeln und Konsequenzen bei Verstößen etc.)

Einschlägige Vorschriften:
§ 12 ff. Jugendschutzgesetz/ Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, § 184 Strafgesetzbuch, § 130 Strafgesetzbuch, § 131 Strafgesetzbuch

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

4. Kein Bock auf Insta-Schock – Schütze deinen Social-Media-Account!

Fallbeispiel:
Reels [**Hinweis: Social-Media-Kurzvideos**] von langen Abenden mit den Kumpels im Skatepark, Stories von Ausflügen mit seiner Jugendrotkreuz-Gruppe, Pärchen-Selfies mit Freundin – Simon (15 Jahre) hat ein spannendes Leben und teilt gerne Erlebnisse mit seinen Follower*innen auf Instagram, Snapchat und TikTok. Er hat ein gutes Gefühl dafür, die richtigen Momente in Kurzclips einzufangen und Situationen aus Freizeit und Schule immer wieder gelungen in Szene zu setzen. So ist es auch nicht verwunderlich, dass er sich mit 1500 Follower*innen auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen eine solide Fanbase aufgebaut hat. Dabei geben andere User*innen zahlreiche Likes und positive Kommentare zu seinen Beiträgen ab. Als Simon eines Tages nach der Schule Instagram aufruft, um die neuesten Reaktionen auf seinen letzten Beitrag zu checken, erlebt er eine böse Überraschung: Sein Profil ist wie leergeräumt und alle Posts der vergangenen zwei Jahre sind verschwunden. Ein Freund erzählt ihm, dass missgünstige Mitschüler*innen sein Handy während einer Sportstunde „ausgeliehen“ und aus Neid seine Beiträge gelöscht haben…

Diskussionsfragen:
- Wer hat in diesem Szenario einen Fehler gemacht?
- Welche Möglichkeiten hätte Simon gehabt, um den Zugang zu seinem Profil besser zu schützen? (**Antworthinweis:** sicheres Passwort, Absicherung des eigenen Smartphones durch eine PIN, weitere Sicherheitsmechanismen der App bzw. des Smartphones)
- Habt ihr bereits ähnliche Erfahrungen gemacht?

Einschlägige Vorschriften:
§ 303a Strafgesetzbuch, zivilrechtlicher Schadensersatzanspruch

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

5. Rache ist süß? – Fair Play auch im Umgang mit privaten Daten!

Fallbeispiel:
Emily und Felicitas (beide 17 Jahre) sind seit sechs Monaten zusammen. Die beiden haben Einiges miteinander erlebt, waren bereits gemeinsam im Urlaub und haben dabei unzählige Fotos voneinander geschossen – und sich auch gegenseitig (teils intime) Aufnahmen zugeschickt, wenn sie ihre Zeit mal nicht zusammen verbracht haben. Außerdem stehen sie sich bei Problemen in der Schule und im Privatleben stets zur Seite und haben immer ein offenes Ohr füreinander. Felicitas ist daher sehr geschockt, als Emily plötzlich mit ihr Schluss macht. Sie erfährt, dass ihre Ex-Freundin nun eine Andere hat, welche sie kürzlich auf dem Geburtstag eines gemeinsamen Freundes kennengelernt hat. „Boah die Schlampe, die treibt es auch mit jedem!“ ärgert sich Felicitas und beschließt im Affekt, neben wüsten Beschimpfungen auch unvorteilhafte Bilder und andere intime Details aus ihrer Beziehung mit Emily in der WhatsApp-Gruppe ihres gemeinsamen Freund*innenkreises zu veröffentlichen…

Diskussionsfragen:
- Welche Fotos könnte Felicitas von Emily haben, die unangenehm für Emily sein könnten?
- Hatte Felicitas das Recht, sich an Emily wegen der Trennung zu rächen?
- Welche Folgen könnten Felicitas Handlungen für Emily haben?
- Wie hätte Emily vermeiden können, dass Felicitas so viele Fotos von ihr gespeichert hat?

Einschlägige Vorschriften:
Allgemeines Persönlichkeitsrecht (Artikel 2 Abs. 1 und Artikel 1 Abs. 1 Grundgesetz), § 22 Kunsturhebergesetz, zivilrechtlicher Schadensersatzanspruch, § 201a Strafgesetzbuch, § 185 Strafgesetzbuch, Löschanspruch aus §§ 823 Abs. 1, 1004 Abs. 1 S. 2 Bürgerliches Gesetzbuch

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

6. Gaming außer Kontrolle – Computerspiele sind nicht das Leben!

Fallbeispiel:
Tobias (16 Jahre) ist ein großer Fan von Computerspielen: Fifa, Fortnite, Minecraft oder GTA sind seine Steckenpferde – am liebsten verbringt er mit seinen Freund*innen aus der Schule lange Abende in Online-Sessions, die digitalen Erlebnisse sind dann am nächsten Morgen Thema auf dem Pausenhof. Als er nach der 10. Klasse jedoch von der Realschule in seinem Heimatort auf das Gymnasium in der Nachbarstadt wechselt und seine alten Schulfreund*innen eine Berufsausbildung beginnen, steht er vor einem Problem: Er findet in der neuen Schule bereits geschlossene Freund*innenkreise vor, die alten Kamerad*innen haben kaum noch Zeit für ihn und er verbringt seine Abende nun oft alleine. Seine Lust an Videospielen hat er dennoch nicht verloren und sein Interesse an digitalen Wettkämpfen auch nicht: Nun tritt er gegen Mitspieler*innen aus der ganzen Welt an, vernetzt sich auf der Kommunikationsplattform Discord mit anderen Gamer*innen – und kauft sich auch schon mal Zusatzinhalte. Als Tobias immer weniger Freund*innen nach Hause einlädt, die meisten Abende und Wochenenden vor dem Computer sitzt und einen großen Teil seines Taschengeldes für Spiele und In-Game-Käufe ausgibt, macht sich sein älterer Bruder Alex (25 Jahre) Sorgen…

Diskussionsfragen:
- Was könnte an Tobias Videospielenutzung problematisch sein?
- Welche Möglichkeiten hat Alex, ihn in seiner Situation zu unterstützen?
- Reflektiert euren eigenen Umgang mit Videospielen: Wie viel Geld gebt ihr monatlich für elektronische Inhalte aus? Gönnt ihr euch auch schon einmal digitale Pausen? Achtet jemand darauf, wie viel Zeit ihr mit Gaming verbringt?

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

7. Safety first – Reise nicht ins Ungewisse!

Fallbeispiel:
Seit Leonie (14 Jahre) denken kann, verbringt sie ihre Zeit gerne mit Büchern. Eine ganze Wand ihres Zimmers ist von einem großen Regal mit Lesestoff belegt, und neben ihrem Schreibtisch liegt ein hoher Stapel noch ungelesener Exemplare. Neuerdings hat Leonie auch die Welt der Mangas und Graphic Novels für sich entdeckt. Seit ihre Freundin Miriam sie auf die große Internet-Fan-Community zu ihren Lieblingsmangas aufmerksam gemacht hat, ist Leonie in mehreren Chats angemeldet: Hier kann sie mit anderen Leser*innen diskutieren, Ideen für Cosplay-Kostüme austauschen und sogar Handlungsstränge gemeinsam mit anderen Fans weiterentwickeln. Seit einiger Zeit überlegt Leonie, mit ein paar Communitymitgliedern außerhalb des Internets ein Wochenende zu verbringen. Als sie ihren Eltern von der Idee erzählt, sind diese sehr skeptisch: Die anderen Fans stammen schließlich alle aus verschiedenen Bundesländern, sind Leonie teilweise nur unter ihrem fiktiven Nutzer*innennamen bekannt und einige sind auch deutlich älter als sie. Da ihre Eltern sich weiter sperren, beschließt Leonie, auf eigene Faust zuzusagen und sich freitags nach der Schule auch ohne Erlaubnis auf die Reise zu machen…

Diskussionsfragen:
- Denkt ihr, dass die Bedenken der Eltern gerechtfertigt sind?
- Welche Gefahren könnt ihr euch in der geschilderten Situation vorstellen?
- Hätte es vielleicht einen Kompromiss gegeben?

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

8. Falsche Freunde, falscher Glaube? – Augen auf bei religiös motiviertem Extremismus!

Fallbeispiel:
Marco (17 Jahre) hat es nicht immer leicht gehabt im Leben: Sein Vater ist früh verstorben, seine Mutter kümmert sich alleine um ihn und seine drei Geschwister und hat zwei Jobs, um die Familie zu versorgen. In den letzten Monaten läuft es auch in der Schule nicht besonders gut: Er hat nur wenige Freund*innen und seine Noten sind schlecht. Zuhause verbringt er einen großen Teil seiner Freizeit im Internet und auf Social-Media-Apps. Er hat seit kurzem die Messenger-App Telegram heruntergeladen und abonniert Gruppen, in denen er den Austausch mit Gleichaltrigen sucht. Dabei tritt er in Kontakt zu einem Influencer, der mitteilt, ein starker Glaube könnte ihm durch die schwierige Zeit helfen. Man könnte zusammen beten, horizonterweiternde Texte lesen und sich mit anderen Gleichgesinnten austauschen. Im Laufe der Zeit werden die spirituellen Inhalte immer mehr mit Aufrufen zur Gewalt gegen Mitmenschen außerhalb der Gemeinschaft vermischt. Marco beginnt daran zu glauben, dass Gewalt gegen seine Mitschüler*innen, welche in der Vergangenheit keine Rücksicht auf ihn genommen haben, die einzige gerechte Reaktion auf seine Lage sein könnte…

Diskussionsfragen:
- Habt ihr Mitgefühl mit Marco?
- Bringt Marco Gewalt gegen seine Mitschüler*innen weiter?
- Wie könnte man Marco helfen?

Einschlägige Vorschriften:
§ 111 Strafgesetzbuch

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

9. #brokensmartphone – Gestrandet in der analogen Wüste…

Fallbeispiel:
Die Schüler*innen der 10e der städtischen Gesamtschule Reitberg sind über eine Whatsapp-Gruppe gut miteinander vernetzt – daher können sich die Mitglieder der Klasse nicht nur auf dem Pausenhof, sondern rund um die Uhr über Neuigkeiten austauschen und Erlebnisse teilen. Auch Meike (16 Jahre) beteiligt sich rege im Messenger und ist regelmäßig Organisatorin von Kinobesuchen und Spieleabenden. Umgekehrt erfährt sie über die App häufig von den Treffen ihrer Schulfreund*innen, die allerdings oft erst sehr kurzfristig angekündigt werden. Als ihr auf dem Rückweg von einem Filmeabend ihr Smartphone aus der Hosentasche fällt und auf dem Asphalt des Gehweges zerschellt, steht Meike plötzlich vor einem Problem: Ihre Eltern erklären, dass für den sofortigen Kauf eines Ersatz-Handys kein Geld da sei und sie sich daher bis zu ihrem Geburtstag im übernächsten Monat gedulden müsse…

Diskussionsfragen:
- Warum ist das Leben ohne Smartphone für Meike problematisch?
- Verstehen Meikes Eltern ihre Situation?
- Denkt ihr, dass Meikes Freund*innen Rücksicht auf ihre Situation nehmen werden?

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

10. #noproductplacement – Keine Chance für unmoralische Angebote!?

Fallbeispiel:
Lina (19 Jahre) ist auf TikTok bei vielen Kindern und Jugendlichen eine kleine Berühmtheit – diesen Umstand hat sie auch ihrer Teilnahme an einer Dokusoap eines bekannten Fernsehsenders vor vier Jahren zu verdanken, die seitdem jeden Sommer wiederholt wird: Gemeinsam mit fünf weiteren Mädchen (und selbstverständlich ohne Eltern) verbrachte sie begleitet von einem Filmteam ihren Urlaub in einem Outdoor-Survival-Camp in Norwegen. Zuschauer*innen ist sie vor allen Dingen durch ihre frechen, aber durchaus amüsanten Kommentare zu diversen Alltagssituationen im Camp im Gedächtnis geblieben. Durch ihre wiederholten Fernsehauftritte hat sie über die Zeit auf TikTok knapp 50.000 Follower*innen gewinnen können, die ihre Videos rege kommentieren. Die TikToker*in ist sich jedoch ihrer Reichweite und ihres Publikums bewusst und versuchte daher bisher, ein gutes Vorbild für ihre Anhängerschaft abzugeben. Lina ist jedoch nicht weiter überrascht, als sie von einer Agentur darauf angesprochen wird, ob sie ihre Reichweite nicht für bezahlte Produktwerbung nutzen möchte…

Diskussionsfragen:
- Was spricht dafür, dass Lina den Werbedeal annimmt? Und was dagegen?
- Wie würdet ihr entscheiden? Spielt dabei die Art der Produkte eine Rolle, für die geworben werden soll?
- Wie beeinflusst euch Produktwerbung von Influencer*innen?

Methode –
Fallbeispiele zur digitalen Sicherheit: rechtliche und reale Gefahren vermeiden

11. Künstliche Intelligenz – Hausaufgaben auf Knopfdruck

Fallbeispiel:
Jan (16 Jahre) aus Reitberg hat viele Hobbys und Interessen: Wenn die Schule aus ist oder gerade das Wochenende ansteht, spielt er im Fußballverein, nimmt an JRK-Aktivitäten teil, zockt mit seinen Kumpels oder verbringt Zeit mit seiner Freundin Alina. Zum Leidwesen seiner Eltern und auch seiner Lehrer*innen steht die Erledigung von Hausaufgaben bei ihm nicht besonders weit oben auf der Prioritätenliste: Die schreibt er meistens in letzter Minute von Mitschüler*innen ab, erledigt sie im Schulbus oder lässt sie direkt ganz bleiben.

Er ist daher sehr erfreut, als seine Freundin Alina ihm die Plattform ChatGPT zeigt. Diese Künstliche Intelligenz liefert ihm auf Knopfdruck Zusammenfassungen und Textanalysen, wenn er die Frage geschickt genug formuliert. "Klasse", freut sich Jan daraufhin, "jetzt muss ich in Laberfächern nie wieder Hausaufgaben bei meinen Mitschülern abschreiben und kann mich direkt im Internet bedienen!" Seine Freundin bestätigt ihm, seit einem halben Jahr ChatGPT für ihre Deutsch- und Englisch-Hausaufgaben einzusetzen und dabei nie aufgeflogen zu sein.

"Ganz im Gegenteil, im Fach Englisch habe ich sogar deutlich weniger Rechtschreib- und Grammatikfehler als die Trottel, welche die Aufgaben noch selber erledigen!" Bei Lehrer*innen sei ChatGPT zudem selten bekannt, "die merken das eh nicht!" Jan wird in den kommenden Monaten zu einem begeisterten ChatGPT-Anhänger, genauso wie auch viele seiner Schulfreund*innen, denen die Anwendung ebenfalls nicht verborgen bleibt. Er ist jedoch sehr verwundert, als seine Schule nach einer Lehrer*innenfortbildung plötzlich zu einem Elternabend zum Thema "ChatGPT" einlädt…

Diskussionsfragen:
- Welche Meinung habt ihr zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Schulalltag?
- Habt ihr schonmal das Internet genutzt, um bei Hausaufgaben zu schummeln?
- Wie lässt sich künstliche Intelligenz ohne Absicht zum Betrug in der Schule einsetzen?

Info:
Bei ChatGPT, Abkürzung von "Chatbot Generative Pretrained Transformer", kann die*der Benutzer*in über Texteingabe mit dem Computer menschenähnlich kommunizieren. Das Besondere ist, dass der Chatbot aus der Unterhaltung lernt. Er kann zum Beispiel komplizierte Sachverhalte einfach erklären, Gedichte, Nachrichten oder kurze Texte schreiben. Dafür wurde ChatGPT mit Millionen von Texten aus dem Internet, aus sozialen Medien, Online-Foren, Zeitungsartikeln und Büchern trainiert. Mithilfe eines Filters soll die Ausgabe von falschen oder schädlichen Inhalten vermieden werden.

Quelle: https://www.ndr.de/ratgeber/ChatGPT-wichtige-Fragen-Antworten-zur-KI-App.chatgpt138.html

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Factsheet –
Die wichtigsten gesetzlichen Regelungen: Datenschutz, Jugendschutz und Medienrecht

Hinweis: Dieses Factsheet erhebt den Anspruch, euch einen Überblick über die wichtigsten Vorschriften im Bereich des Datenschutzes, Jugendschutzes und Medienrechts im weiteren Sinne zu geben.

Sofern im Folgenden auf Regelungen des Strafrechtes Bezug genommen wird, ist zu beachten, dass bei Kindern unter 14 Jahren sowie bei jungen Menschen zwischen 14 und 21 Jahren abweichende Konsequenzen eintreten bzw. eintreten können, als im Wortlaut der jeweiligen Regelung angegeben.

Das Factsheet erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Relevante Regelungen für die Öffentlichkeitsarbeit und Medienpädagogik

Folgende Regelungen sind bei der Gestaltung der Öffentlichkeitsarbeit und der Medienpädagogik im Jugendrotkreuz zu beachten:

- **Recht am eigenen Bild**
  (Art. 2 Abs. 1, Art. 1 Abs. 1 Grundgesetz; §§ 22, 33 Kunsturhebergesetz)
- **Einwilligung bei der Verarbeitung von personenbezogenen Daten**
  (Artikel 7 Datenschutzgrundverordnung)
- **Jugendschutz**
  (§§ 12 ff., 27 f. Jugendschutzgesetz; Jugendmedienschutz-Staatsvertrag)
- **Unerlaubte Verwertung urheberrechtlich geschützter Werke**
  (§ 106 Urheberrechtsgesetz)
- **Pflicht zum Impressum**
  (§ 5 Telemediengesetz, allgemeine Informationspflichten)

Weitere Informationen:
Inhaltliche Erläuterungen zu den aufgeführten Regelungen findet ihr in einer separaten Zusammenstellung auf der folgenden Seite:
https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medien-paedagogik

Deutsches Rotes Kreuz Jugendrotkreuz

Factsheet –
Die wichtigsten gesetzlichen Regelungen: Datenschutz, Jugendschutz und Medienrecht

Cybermobbing, Hatespeech und Fake News

Folgende strafrechtlichen und zivilrechtlichen Regelungen gelten in Bezug auf Cybermobbing, Hate Speech und Fake News. Hinweis: Bei Fake News sind nur Falschmeldungen mit Bezug zu einer bestimmten Person oder Personengruppe strafbar, während allgemeine Falschnachrichten grundsätzlich nicht strafrechtlich verfolgt werden können. Presserechtliche Regelungen und Regelungen nach dem Rundfunkstaatsvertrag wurden hier ausgeklammert.

Fälle von Cybermobbing, Hatespeech und Fake News können über die Meldefunktionen auf den Plattformen oder unabhängige Anlaufstellen, wie z.B. die Medienanstalt NRW, gemeldet werden.

Weiterführende Erläuterungen zu den Regelungen könnt ihr auf folgender Seite herunterladen:
https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

- **Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger und terroristischer Organisationen** (§ 86a Strafgesetzbuch)
- **Öffentliche Aufforderung zu Straftaten** (§ 111 Strafgesetzbuch)
- **Volksverhetzung** (§ 130 Strafgesetzbuch)
- **Gewaltdarstellung** (§ 131 Strafgesetzbuch)
- **Beleidigung** (§ 185 Strafgesetzbuch)
- **Beschimpfung von Bekenntnissen, Religionsgesellschaften und Weltanschauungsvereinigungen** (§ 166 Strafgesetzbuch)
- **Üble Nachrede** (§ 186 Strafgesetzbuch)
- **Verleumdung** (§ 187 Strafgesetzbuch)
- **Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes** (§ 201 Strafgesetzbuch)
- **Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen** (§ 201a Strafgesetzbuch)
- **Nötigung** (§ 240 Strafgesetzbuch)
- **Bedrohung** (§ 241 Strafgesetzbuch)
- **Zivilrechtliche Ansprüche auf Löschung, Berichtigung und Unterlassung gegen Urheber*innen von Inhalten**
- **Anspruch auf Löschung durch Social-Media-Plattformen und Websites** (§ 10 Telemediengesetz, Speicherung von Informationen)

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Factsheet –
Die wichtigsten gesetzlichen Regelungen: Datenschutz, Jugendschutz und Medienrecht

Sonstige

- **Datenveränderung**
  (§ 303a Abs. 1, 2 Strafgesetzbuch)
- **Verbreitung pornographischer Inhalte**
  (§ 184 Strafgesetzbuch)

Weiterführende Erläuterungen zu den Regelungen könnt ihr auf folgender Seite herunterladen:

https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Muster-Anschreiben für Erziehungsberechtigte – Erläuterung und Einverständniserklärung zur Nutzung von Social Media, Messenger-Apps und anderen digitalen Medien in der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen

Junge Menschen machen ihre ersten Erfahrungen in der Medienwelt im familiären Kontext. Eltern/Erziehungsberechtigte sind selbst Konsument*innen von (digitalen) Medien und haben in der Regel eine unbewusste oder auch bewusste Haltung hinsichtlich der Nutzung von (digitalen) Medien. Daher ist es wichtig, auch ihnen gegenüber transparent über die Nutzung von digitalen Medien zu informieren.

Unser **Informationsschreiben zum Einsatz digitaler Medien im Rahmen der Angebote** im Jugendverband bzw. in der Schule kann über die im Musterdokument gelb markierten Felder individuell angepasst und anschließend dafür genutzt werden, um unsere Haltung gegenüber den Erziehungsberechtigten/der Elternschaft auszudrücken. Gleichzeitig werden die Erziehungsberechtigten/Eltern um ihr Einverständnis zur Nutzung von Social Media, Messenger-Apps und anderen digitalen Medien gebeten. Das Muster-Anschreiben kann auf der folgenden Seite heruntergeladen werden:
https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

Das **Muster der datenschutzrechtlichen Einwilligungserklärung** kann ebenfalls über die in der Dokumentenvorlage gelb markierten Felder individuell angepasst werden. Es dient schwerpunktmäßig zur Erklärung der **Einwilligung zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten im Rahmen der Kommunikation über Messengerdienste** sowie zur **Freigabe von Foto- und Videoaufnahmen für öffentlichkeitswirksame Zwecke über (digitale) Kommunikationsmittel.** Es stehen zwei Vordrucke bereit, die sich an Erziehungsberechtigte minderjähriger Mitglieder und an volljährige Mitglieder richten.

Weitere Informationen
Die Muster können auf der folgenden Seite heruntergeladen werden:
https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

www.jrk-nordrhein.de
@jrk_nordrhein
@jrk.nordrhein

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Menschlichkeit im Netz

Wir im Jugendrotkreuz Nordrhein setzen uns auch im digitalen Raum für die Werte der Rotkreuz- und Rothalbmondbewegung ein.

Ein sozialer und respektvoller Umgang miteinander im Netz ist für uns ebenso wichtig wie die Einhaltung der sieben Grundsätze des Roten Kreuzes und Roten Halbmondes.

Wir leisten Aufklärung zu Themen und Konflikten, denen junge Menschen regelmäßig in den sozialen Medien ausgesetzt sind. Hierzu zählen Cybermobbing und Hate Speech, aber auch die kritische Auseinandersetzung mit Werten, Idealen und Informationen, die über Vorbilder/Influencer*innen im Netz verbreitet werden.

Unser Ziel ist es, das Selbstbewusstsein und die Persönlichkeitsentwicklung von Kindern und Jugendlichen zu stärken.

Themenpaket 4

- **Methode – Dunkle Seiten:**
  Fake News, Cybermobbing, Hatespeech
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche
- **Methode – Großer Einfluss:**
  Vorbilder und Werbung auf Social Media
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche
- **Kurzanleitung – Was tun gegen Cybermobbing?**
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche sowie Multiplikator*innen, z.B. Gruppen- und Jugendleitungen und Fachkräfte an Schulen
- **Tipps – Mehr Menschlichkeit im Netz**
  Zielgruppe: alle

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode – Dunkle Seiten:
Fake News, Cybermobbing, Hatespeech

Ziele:
- die Bedeutung der Begriffe Fake News, Cybermobbing, Hatespeech kennenlernen
- sich in Betroffene hineinversetzen, Empathie entwickeln, Hilfestellung leisten, sich Hilfe holen, sichere Communitys kennen lernen
- Funktionsweisen von Fake News verstehen und hinterfragen

Themen: Fake News, Cybermobbing, Hatespeech
Voraussetzungen: Beamer/Bildschirm, Laptop/Tablet, Flipchartpapier, Marker
Alter: ab 10 Jahren
Dauer: min. 90 Min. | max. Dauer abhängig von der Gruppengröße
Empfohlene Gruppengröße: min. 3 Teilnehmende

Ablauf:
Die Beschreibung der Methode findet sich im Leitfaden für die JRK Medien-Methodenbox auf Seite 18. Die Datei ist über folgende Seite zum Download verfügbar: https://www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/medienpaedagogik

Cybermobbing
Verbreitung von Gerüchten, Fotomontagen, Videos oder beleidigenden Nachrichten zu einer einzelnen Person in sozialen Medien (z. B. Instagram, Snapchat, Facebook, WhatsApp). Häufig ein Problem an weiterführenden Schulen.

Hatespeech
(englischer Begriff für Hassrede): Abwertung, Angriff oder Aufruf zur Gewalt gegen Menschen oder Gruppen in Kommentaren in Social Media oder im Internet. Betrifft im Gegensatz zum Cybermobbing ganze Personen- und Bevölkerungsgruppen, Ethnien oder Religionen.

Fake News
Fake ist Englisch und steht für Täuschung oder Fälschung. Fake News sind unwahre Behauptungen, die überwiegend übers Internet und die sozialen Medien übertragen werden.

(Quelle: Müller, Fabian/Croon, Eva/Rothe, Rebecca (2021): Die JRK Medien-Methodenbox. Ein Leitfaden für die medienpädagogische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 16 Jahren. 1. Auflage, Düsseldorf)

Themenpaket 4 | Menschlichkeit im Netz

Methode – Großer Einfluss:
Vorbilder und Werbung auf Social Media

Influencer*in – Social-Media-Idol

Ziele:
- Influencer*innen-Beiträge einordnen können
- Werbebotschaften erkennen
- Authentizität der Beiträge reflektieren können

Themen: Social Media, (bezahlte) Werbung, Authentizität
Voraussetzungen: Social-Media-Account
Alter: ab 14 Jahren
Dauer: min. 40 Min. | max. Dauer abhängig von der Gruppengröße
Empfohlene Gruppengröße: min. 9 Teilnehmende

Ablauf:
Die Jugendlichen nehmen das Profil ihres*r Lieblings-Influencers*in näher unter die Lupe und unterscheiden Werbe-Beiträge von werbefreien Beiträgen.

Phase 1 – Auswahl des Influencer*innen-Profils
Jede*r Jugendliche sucht sich ein Profil eines*r Lieblings-Influencers*in aus, das er*sie in Bezug auf die Beitragsformen näher analysieren möchte.

Phase 2 – Analyse der Beiträge
1. Der*Die Jugendliche schaut sich die aktuellen Feed-/Story-Beiträge genauer an und sucht sowohl ein paar Werbe-Beiträge als auch werbefreie Beiträge aus.
2. In anschließenden Kleingruppen zeigen sich die Jugendlichen gegenseitig die unterschiedlichen Beitrags-Formate ihrer Idole. Gemeinsam werden die Beiträge in Werbe-Beiträge und werbefreie Beiträge kategorisiert.

Phase 3 – Authentizität der Beiträge
Am Ende soll in der Großgruppe diskutiert werden. Mögliche Fragestellungen sind:
- Was unterscheidet einen Werbe-Beitrag von einem werbefreien Beitrag? Ist das immer sofort erkennbar?
- Was steckt hinter Produktempfehlungen von Influencer*innen?
- Was steckt hinter Social-Media-Marketing?
- Entspricht die dargestellt Meinung immer der wahren Meinung der Person? Wie authentisch sind die Empfehlungen?
- Auf welche Art und Weise beeinflussen uns (Werbe-)Beiträge auf Social Media, z.B. in Bezug auf unser Kaufverhalten oder unsere Körper- und Schönheitsideale?

Deutsches Rotes Kreuz Jugendrotkreuz

Sobald eine Person ein Entgelt oder eine sachliche Gegenleistung für die Darstellung eines Produktes auf seinen Social-Media-Kanälen bekommt, müssen die Beiträge als Werbung gekennzeichnet werden.

Quelle: www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/soziale-netzwerke/influencerin-oder-nicht-wann-ein-beitrag-in-social-media-werbung-ist-39954

Werbe-Beiträge sollten sichtbar mit den Worten „Werbung“ oder „Anzeige“ gekennzeichnet sein.

Quelle: https://blog.hubspot.de/marketing/kennzeichnungspflicht-influencer-marketing

Methode – Großer Einfluss:
Vorbilder und Werbung auf Social Media

Geschlechterklischees auf Social Media 1/2

Ziele:
- Geschlechterbilder und Klischees hinterfragen können
- den Einfluss von Social Media in Bezug auf eigene Werte- und Normvorstellungen reflektieren können
- unterschiedliche Geschlechteridentitäten kennenlernen

Themen: Social Media, Geschlechterklischees, Geschlechteridentitäten
Voraussetzungen: Social-Media-Account, Stifte, Papier, Internet
Alter: ab 14 Jahren
Dauer: min. 60 Min. | max. Dauer abhängig von der Gruppengröße
Empfohlene Gruppengröße: min. 9 Teilnehmende

Ablauf
Die Jugendlichen brainstormen gemeinsam, was für sie "typisch Mädchen" und "typisch Junge" ist. Die gesammelten Stereotypen werden mit der Darstellung des*der Lieblings-Influencers*in/Idols abgeglichen.

Im Anschluss wird in Kleingruppen erarbeitet, wie sich Geschlechterrollen im Laufe der Zeit verändert haben.

Phase 1 – Eigenschaften sammeln
In der Großgruppe sammeln die Jugendlichen Eigenschaften, die für sie typisch Mädchen bzw. typisch Junge sind. Um die Eigenschaften zu sammeln, bietet es sich an, Körperumrisse für die jeweiligen Geschlechter zu zeichnen und in diese die Eigenschaften zu schreiben.

Phase 2 – Vergleich mit Lieblings-Influencer*in/Idol/Vorbild
In 2er- bis 3er-Gruppen wählen die Jugendlichen eine*n Influencer*in/Idol/Vorbild aus und gleichen die gesammelten Eigenschaften mit der ausgewählten Person ab. Folgende Fragestellungen werden gemeinsam besprochen:
- Wo entspricht die Person den Klischees bzw. etablierten Rollenbildern?
- Wo verhält sie sich vielleicht anders als erwartet?
- Was sind mögliche Reaktionen (in den sozialen Netzwerken), wenn eine Person nicht der Geschlechterrolle entspricht?

Deutsches Rotes Kreuz Jugendrotkreuz

Methode – Großer Einfluss:
Vorbilder und Werbung auf Social Media

Geschlechterklischees auf Social Media 2/2

Phase 3 – Weitere Geschlechtsidentitäten kennenlernen

In der Großgruppe stellen sich die Kleingruppen ihre Beobachtungen gegenseitig vor.

Im nächsten Schritt wird in der Großgruppe diskutiert, inwiefern Geschlechterbilder oder Klischees unsere Wahrnehmung und die Beurteilung anderer Menschen prägen und welche Rolle Social Media dabei spielt.

Abschließend kann die Gruppe gemeinsam brainstormen, welche Geschlechtersysteme und Identitäten es neben dem binären Geschlechtersystem (Junge, Mädchen) noch gibt und inwiefern diese auch auf Social Media zu finden sind.

Geschlechtsidentitäten sind vielfältig und lassen sich nicht auf ein, zwei oder drei Geschlechter beschränken. Auch körperliche Merkmale sind für einige Menschen nicht zwangsläufig ausschlaggebend für die Zuordnung zu einer Geschlechtsidentität.

Der Oberbegriff der transgeschlechtlichen Menschen umschreibt sehr viele unterschiedliche Menschen, die nicht mit dem Geschlecht leben möchten, das ihnen bei der Geburt zugewiesen wurde.

Menschen, die weder weiblich noch männlich sind, bezeichnen sich z.B. als nicht-binär oder genderqueer.

Es gibt noch weitere Begriffe, die unterschiedliche Geschlechtsidentitäten umschreiben:

- genderfluid: Für genderfluide Menschen fühlt sich Geschlecht fließend und beweglich an, also zum Beispiel mal eher männlich, mal eher weiblich.
- bigender: Eine bigender Person hat zwei Geschlechtsidentitäten, die sich abwechseln, oder beide gleichzeitig da sein können.
- Demigirl & Demiboy: „demi“ bedeutet „halb“ auf Französisch. Ein Demigirl ist also halb weiblich, ein Demiboy halb männlich.
- agender: Agender Personen fühlen sich gar keinem Geschlecht zugehörig, haben also keine Geschlechtsidentität, oder empfinden Geschlecht nicht als relevanten Teil ihrer Identität.
- neutrois: Neutrois Personen haben eine neutrale Geschlechtsidentität.

(Quelle: https://genderdings.de/gender/geschlechtsidentitaet/)

Auch auf Social Media finden sich eine Vielzahl an unterschiedlichen Geschlechteridentitäten wieder. Social Media ist somit ein Ort, der Information, Austausch, Orientierung und Unterstützung für die Persönlichkeitsentfaltung und die Entwicklung der geschlechtlichen Identität junger Menschen ermöglicht.

Kurzanleitung – Was tun gegen Cybermobbing? 1/4

Ich bin selbst von Cybermobbing betroffen

Du bist selbst von Cybermobbing betroffen? Du solltest auf dein Bauchgefühl hören und dann entscheiden, wie du mit der Situation umgehen möchtest und was du jetzt brauchst.

Hier ein paar Tipps:

- Wie geht es dir? Brauchst du Hilfe/Unterstützung? Du musst dich dem Problem nicht alleine stellen. Kontaktdaten zu Ansprechpartner*innen findest du im Anhang.
- Schaue nicht weg, sondern setze klare Grenzen. Schon ein „Nein, das sehe ich anders!“ macht Angreifenden klar, dass du Hass nicht akzeptierst und kann abschreckend wirken.
- Sichere die Beweise. Mache Screenshots und drucke wichtige Chat-/Messengerverläufe als Beweismittel aus.
- Suche das Gespräch. Vertraue dich Gruppen-/Jugendleiter*innen, Familie, Freund*innen oder Fachkräften an!
- Du musst nicht auf alles reagieren. Blockiere die Täter*innen und antworte nicht auf Nachrichten.
- Nutze die Meldefunktionen auf den Plattformen oder unabhängige Anlaufstellen, wie z.B. die Medienanstalt NRW (https://www.medienanstalt-nrw.de/zum-nachlesen/recht-und-aufsicht/beschwerde.html#internet), um den Vorfall zu melden.

Kurzanleitung – Was tun gegen Cybermobbing? 2/4

Ich kenne eine*n Cybermobbing-Betroffene*n

Zeige Menschlichkeit – biete deine Hilfe an. Wichtig ist, dass du die betroffene Person nur unterstützt, wenn es von ihr gewollt ist und du es dir auch zutraust. Unkontrollierte Hilfe kann im schlimmsten Fall dazu führen, dass die Situation nur noch weiter eskaliert.

Stelle der betroffenen Person Hilfe-Kontakte zur Verfügung. Neben den Eltern, Gruppen-/Jugendleiter*innen, Freund*innen, Lehrer*innen, Schulsozialarbeiter*innen oder Streitschlichter*innen an der Schule können das auch Online-Beratungsstellen, Beratungsstellen direkt bei dir vor Ort oder Telefonberatungen sein (siehe Anhang).

Nimm eine vermittelnde Rolle ein, wenn es von der betroffenen Person gewollt ist und du es dir zutraust. Egal ob in Chats/Messengern, auf Social Media oder im direkten Gespräch: mache dem*der Täter*in deutlich, welche Konsequenzen und Folgen Online-Mobbing für die betroffene Person, aber auch für ihn*sie selbst haben kann.

Kurzanleitung – Was tun gegen Cybermobbing? 3/4

Ich bin Jugend-/Gruppenleiter*in oder pädagogische Fachkraft an der Schule und möchte helfen

Nimm die Situation ernst und höre der betroffenen Person zu.
Ein offenes Ohr ist der erste Schritt, um konkrete Hilfeleistungen anbieten zu können.

Diese Hilfeleistungen kannst du als Jugend-/Gruppenleiter*in (Punkt 1 und 4) oder pädagogische Fachkraft an der Schule anbieten:

- Übersicht zu Ansprechpartner*innen, die helfen (siehe Anhang).
- Weitervermittlung an Streitschlichter*innen, die anderen Mitschüler*innen bei Konflikten helfend zur Seite stehen.
- Es gibt noch keine Streitschlichtung an deiner Schule? Mit der Fachkräfte-Fortbildung zur Konfliktlösung und Mediation im JRK (www.jrk-nordrhein.de/unser-engagement/streitschlichtung-an-schulen) können pädagogische Fachkräfte im Anschluss ein Streitschlichtungsprogramm an ihren Schulen implementieren.
- Mit Hilfe von Rollenspielen könnt ihr den*die Täter*innen auf die Situation des*der Betroffenen aufmerksam machen und die Situation danach mit allen Beteiligten durchsprechen. Eine Vielzahl an Rollenspielen zu dem Thema findet sich in unserer Arbeitshilfe „ANGRY Files – Streitschlichtung reloaded“.

Die Arbeitshilfe „Angry Files” ist für einen Selbstkostenbeitrag von 29,95€ erhältlich.
Anfragen hierzu können an jugendrotkreuz@drk-nordrhein.de gerichtet werden.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

ANHANG

Diese Ansprechpartner*innen helfen:

Hier findest du Ansprechpartner*innen, die den Kindern/Jugendlichen zur Seite stehen:

Nummer gegen Kummer
Nummer gegen Kummer ist das Kinder- und Jugendtelefon. Die Ansprechpartner*innen helfen bei allen Fragen, Sorgen und Problemen. Betroffene können kostenlos und anonym unter der Nummer anrufen oder sich online beraten lassen.
Website: **www.nummergegenkummer.de** | Tel: **116 111**

Juuuport
Juuuport ist eine Online-Beratungsplattform. Die Ansprechpartner*innen bieten eine vertrauliche und anonyme Beratung für junge Leute an und helfen auch bei anderen Problemen im Netz. Beraten werden Betroffene von Jugendlichen, die als Juuuport-Scouts ausgebildet wurden.
Website: **www.juuuport.de/beratung**

klicksafe
klicksafe ist ein Portal, das den Fokus darauf legt, die Online-Kompetenz junger Menschen zu fördern. Betroffene finden auf dieser Seite weitere Themen wie z.B "Zehn Basics für den Notfall und mehr Tipps für Betroffene".
Website: **www.klicksafe.de/cybermobbing**

NO HATE SPEECH
No Hate Speech ist eine europaweite Kampagne des Europarates gegen Hassreden im Netz. Klicke dich mal durch und sammle coole Memes zum Speichern und Teilen, um gegen Hassreden gerüstet zu sein. Website:
www.no-hate-speech.de/de/kontern/fuer-gegen-alle-hate-speech

Bündnis gegen Cybermobbing e.V.
Das Bündnis gegen Cybermobbing ist ein Verein, der Menschen unterstützt, die betroffen sind, ob privat oder beruflich. Das Bündnis stellt kostenlose Materialien wie Broschüren zur Verfügung und gibt Workshops zur Prävention gegen Cybermobbing.
Website: **www.buendnis-gegen-cybermobbing.de**

Cybermobbing-Hilfe e.V.
Die Cybermobbing-Hilfe e.V. unterstützt Betroffene und beschäftigt sich mit konsequenter Vorbeugung gegen Cybermobbing. Hier findest du eine Online-Beratung für Kinder und Jugendliche und kannst als Betroffene*r von Gleichaltrigen betreut und beraten werden.
Website: **www.cybermobbing-hilfe.de**

Tipps – Mehr Menschlichkeit im Netz 1/2

Sag's, wenn's dir gefällt!
Hinter vielen Beiträgen steckt viel Arbeit, Mühe und Zeit. Ein Like oder aber auch ein Kompliment unter einem Beitrag ist eine Form der Wertschätzung, die du den Absender*innen über Social Media entgegenbringen kannst.

Probier's mal aus. Auch der*die Absender*in wird es dir danken.

Konstruktive Kritik
Wir alle machen Fehler. Wenn ein Beitrag deine persönlichen Grenzen überschreitet, versuche durch Ruhe und konstruktive Kritik darauf aufmerksam zu machen. Die Art und Weise, wie du Kritik äußerst, sollte wertschätzend sein und den*die Absender*in nicht verletzen.

Überlege genau, wo du deine Kritik auf Social Media platzierst. Muss sie direkt unter dem Beitrag gepostet werden oder schreibst du eine persönliche/direkte Nachricht an den*die Absender*in? Vielleicht kennst du sogar den*die Absender*in? Dann ist ein persönliches Gespräch der beste Weg, um Uneinigkeiten aus dem Weg zu räumen.

Konstruktive Kritik gibt Denkanstöße, die zu einem Dialog und der Weiterentwicklung von Ideen führen. Davon profitieren beide Seiten!

Nimm's gelassen!
Auch wenn dir mal ein Beitrag nicht gefällt oder dieser nicht deinen Ansichten entspricht: nicht alles muss kommentiert und/oder bewertet werden.

Diese Regel gilt auch im digitalen Raum: Reden ist Silber, Schweigen ist (manchmal) Gold.

Hilf anderen!
Du bekommst mit, dass eine Person im digitalen Raum ausgegrenzt, beleidigt oder schikaniert wird? Hilf der Person, indem du ihr zur Seite stehst, sie verbal oder auch mit Taten und Tipps unterstützt.

Du freust dich bestimmt auch über Personen, die dir zur Seite stehen, wenn andere Schlechtes über dich sagen.

Tipps – Mehr Menschlichkeit im Netz 2/2

Digitaler Raum = #RealLife
Auch wenn es manchmal nicht so scheint: Im digitalen Raum sind wir immer noch (dieselben) Menschen wie im analogen Raum.

Wenn du ein Profil erstellst, dann bist du für dein Tun und Handeln im digitalen Raum verantwortlich. Vieles ist online schneller und einfacher gesagt, als wenn du der Person direkt gegenüberstehst.

Stelle dir bei allem was du digital schreibst vor, dass du es dem*der Empfänger*in persönlich sagen würdest. Wie würde der*die Empfänger*in reagieren? Welche Konsequenzen hat dein Handeln für die Person? Was macht das mit dir, wenn du der Reaktion der Person unmittelbar ausgesetzt bist?

Würdest du das Geschriebene im Netz dann immer noch so formulieren?

Langeweile ist keine Ausrede
Du hast Langeweile, keinen Freizeitausgleich oder anderweitige Beschäftigungen, die dich runterbringen?

Fange am besten gar nicht an, deine Langeweile im Netz zu kompensieren und somit Dinge zu tun, die du vielleicht im Nachhinein bereust. Überlege dir stattdessen lieber, wofür du so richtig brennst oder worauf du Bock hast.

Stecke deine Energie in die Erfüllung deiner Wünsche und Träume.

Ein Blick über den Tellerrand
Der Algorithmus bestimmt, was du liest und im Zweifel auch denkst. Egal ob auf Social Media oder im Netz: Hier werden dir die Inhalte angezeigt, die deinen Interessen und/oder deiner Meinung entsprechen.

Mache dir bewusst, dass es auch andere Meinungen gibt, und suche gezielt danach.

www.jrk-nordrhein.de
@jrk_nordrhein
@jrk.nordrhein

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Vielfalt der Medien

Die digitale Welt ist schnelllebig. Streaming, Online-Gaming und Social Media gehören inzwischen zum Alltag junger Menschen und sind darin omnipräsent.

Um die Vielfalt der Medien abzubilden und für junge Menschen greif- und erlebbar zu machen, binden wir neben neuen digitalen Medien weiterhin auch analoge Medien in unsere pädagogische Arbeit ein.

Themenpaket 5

- **Methode – Medienmix:**
  Wer nutzt welche Unterhaltungsmedien?
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche
- **Methode – JRK-Medienbörse:**
  Verkaufe deine Lieblingsgeschichte!
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche
- **Methode – Lieblingslieder-Memory:**
  Wer mag welchen Song?
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche
- **Methode – News aus aller Welt:**
  alles rund um Zeitungen und Nachrichten
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche
- **Methode – Gaming Rodeo:**
  eine Reise durch den Spielekosmos
  Zielgruppe: Kinder und Jugendliche

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode – Medienmix:
Wer nutzt welche Unterhaltungsmedien?

Ziele: Kinder und Jugendliche tauschen sich über ihr Nutzungsverhalten in Bezug auf verschiedene Arten von Unterhaltungsmedien aus.
Themen: Mediennutzung
Voraussetzungen: keine
Alter: 10 – 18 Jahre
Dauer: 30 – 45 Minuten
Empfohlene Gruppengröße: 5 – 15 Teilnehmer*innen

Ablauf: Erläutert euren Teilnehmer*innen, dass der Begriff „Medien“ im Rahmen dieser Methode sehr weit gefasst ist: Es sind nicht nur traditionelle analoge Medien wie Bücher, Fernsehen oder Zeitungen gemeint, sondern auch digitale Formate wie Musik-, Podcast-, Hörbuch- und Videostreamingdienste, Videos von Influencer*innen, digitale Newsfeeds oder Geschichten aus Fanfiction-Portalen. Die Inhalte der Medien können fiktiv sein, d.h. es handelt sich um ausgedachte Geschichten ohne realen Hintergrund, oder sie können auf wirklichen Begebenheiten beruhen. Es kann sich zudem entweder um Unterhaltungsmedien handeln, welche Kinder und Jugendliche nur passiv konsumieren, wie z.B. Serien, oder auch um interaktive Formate wie z.B. Computer-, Smartphone- oder Konsolengames.

Stellt den Teilnehmer*innen die auf der nächsten Seite aufgeführten Fragen, um ihnen den Austausch über ihre Mediennutzung zu ermöglichen. Die Teilnehmenden können ihre Antworten auch auf einem Flipchart/ einer Karte visualisieren. Lasst sie dann reihum oder nach Belieben antworten und vermeidet eine Wertung der Rückmeldungen.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode – Medienmix:
Wer nutzt welche Unterhaltungsmedien?

- Welche Arten von Medien kennt ihr?
- Welche davon nutzt ihr regelmäßig?
- Welche Medien sind euch am wichtigsten?
- Nutzt ihr sie eher beiläufig (bspw. Autoradio) oder gezielt (bspw. Videospiel)?
- Mögt ihr lieber Medien, die Geschichten erzählen, oder Medien, die über reale Begebenheiten berichten?
- Nutzt ihr Medien gemeinsam mit Freund*innen oder alleine?
- Haltet ihr euch bei der Mediennutzung an Altersbeschränkungen (FSK)?
- Wie viel Zeit verbringt ihr mit Unterhaltungsmedien?
- Gelten bei euch zu Hause Beschränkungen der Mediennutzungszeit?
- Wie viel Geld gebt ihr je Monat für Unterhaltungsmedien aus?
- Wie wichtig ist euch Fairness in Videospielen?
- Was haltet ihr von Cheating?
- Welche Rolle spielen Influencer*innen/Vorbilder aus den Medien für euch?
- Habt ihr schon mal ein Produkt gekauft, für das ein*e Influencer*in geworben hat?
- Wie schätzt ihr den Einfluss von Influencer*innen/Vorbildern aus verschiedenen Medien und von Werbung auf euch ein?
- Was ist euch persönlich im Umgang mit Medien wichtig?

Der o.g. Fragenkatalog kann von euch erweitert werden und es sollten dabei auch Anregungen von den Teilnehmer*innen aufgegriffen werden. Gegen Ende dieses Methodenteiles könnt ihr in kurzen Sätzen das Mediennutzungsverhalten der Teilnehmer*innen zusammenfassen.

Cheating: Als Cheat (englisch für Betrug, Schwindel) wird die Möglichkeit bezeichnet, in einem Computerspiel selbst oder durch externe Programme das Spiel in einer nicht dem gewöhnlichen Spielverlauf entsprechenden Weise zu beeinflussen. Das Anwenden von Cheats hat einen großen Einfluss auf den Spielablauf, da grundlegende Regeln des Spiels durch Cheats außer Kraft gesetzt werden. Während dies in Einzelspieler*innen-Spielen geduldet ist und die Möglichkeit zu cheaten heute meist bereits von Spieleentwickler*innen eingebaut (oft raffiniert versteckt) ist, ist es bei Mehrspieler*innen-Spielen nicht erlaubt und in der Community nicht gerne gesehen und kann zu einem Bann führen.
(Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Cheat_(Computerspiel))

Fanfiction: Fangeschichten und Gedichte über Charaktere, deren Copyright nicht bei dem*der Autor*in der Arbeit selbst liegt. Eine bereits existierende Geschichte wird von einem Fan derselben weitererzählt, ausgeschmückt oder auch umgeschrieben.
(Quelle: https://www.fanfiktion.de/)

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode – JRK-Medienbörse:
Verkaufe deine Lieblingsgeschichte!

Ziele: Kinder und Jugendliche tauschen sich über ihre jeweiligen Lieblingsmedien aus.
Themen: Mediennutzung
Voraussetzungen: Beamer/Bildschirm, Laptop/Tablet, mitgebrachtes Lieblingsmedium je Teilnehmer*in, Kugelschreiber und Notizblöcke je Teilnehmer*in, Flipchartpapier, Marker, Metaplanwand, Moderationskoffer
Alter: 10 – 18 Jahre
Dauer: 30 – 45 Minuten
Empfohlene Gruppengröße: 5 – 15 Teilnehmende

Ablauf: In dieser Methode sollen die Teilnehmer*innen ihr Lieblings-Unterhaltungsmedium vorstellen. Erlaubt sind analoge und elektronische Medien aller Art, die eine eigene Handlung aufweisen oder eine Geschichte erzählen und die aus Gesichtspunkten des Jugendschutzes für 10- bis 18-Jährige (abhängig vom jeweiligen Alter des Teilnehmer*innenkreises) zulässig sind. Zu den möglichen Medien zählt auch von Fans erstellter storybasierter Content aller Art, einschließlich Fanfiction-Geschichten. Wenn möglich, sollen die Kinder und Jugendlichen das Medium (oder bei elektronischen Medien ein digitales/ausgedrucktes Plakat/Cover) mit in die Gruppenstunde oder den Schulunterricht bringen, um es dort präsentieren zu können. Bei der Vorstellung sollen durch die Teilnehmer*innen die folgenden Punkte berücksichtigt werden:

- Titel des Mediums
- Art des Mediums (Buch, Film, Serie, Spiel etc.)
- kurze Zusammenfassung des Inhalts
- Wer ist die Hauptfigur?
- Wie hoch ist der Preis des Mediums, sofern es nicht kostenlos ist?
- Was hat deine Geschichte, was andere nicht haben?
- Wer oder was hat dich überzeugt?
- Was war dein schönstes Erlebnis mit der Geschichte?

Unterstützt eure Teilnehmer*innen bei der Vorstellung ihres Lieblingsmediums, indem ihr ein Flipchart mit den o.g. Fragen aushängt. Stellt den Teilnehmer*innen außerdem Papier und Stifte zur Verfügung, damit sie sich in einer kurzen Vorbereitungszeit (10 Minuten) Notizen zu ihren Antworten machen können. Fordert die Teilnehmer*innen nach der Präsentation dazu auf, sich bei Interesse gegenseitig ihre Lieblingsmedien auszuleihen, sofern in Bezug auf das jeweilige Medium möglich.

Info:
Mögliche Geschichten können bspw. aus Büchern, Serien, Filmen, Hörbüchern, Hörspielen, Computer- und Konsolenspielen, interaktiven Apps sowie Internet- und Fanfiction-portalen stammen.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode – Lieblingslieder-Memory:
Wer mag welchen Song?

Ziele: Kinder und Jugendliche tauschen sich über ihre Lieblingssongs aus.
Themen: Musik
Voraussetzungen: Smartphone, Musikstreaming-App, Lautsprecher, Kugelschreiber, Notizblock
Alter: 10 – 18 Jahre
Dauer: 20 – 30 Minuten
Empfohlene Gruppengröße: 5 – 15 Teilnehmende

Ablauf: Kinder und Jugendliche ordnen sich im Rahmen dieser Methode gegenseitig im Stil eines Memory-Spieles ihre jeweiligen Lieblingslieder zu.

1. Vorbereitung
Alle Teilnehmer*innen schreiben ihren Lieblingssong auf einen Zettel. Ihr sichtet die Zettel und stellt die Songs in einer Playlist über eine Streaming-App zusammen. Dann werden die Zettel mit den Songtiteln gemischt und verdeckt auf einem Tisch ausgelegt – die Teilnehmer*innen stellen sich nun im Kreis darum auf.

2. Spielverlauf
Ihr zieht zu Beginn des Spiels den ersten Zettel und lest den darauf notierten Songtitel laut in der Gruppe vor. Die Teilnehmer*innen sollen nun gemeinsam überlegen, wessen Lieblingslied ausgewählt wurde. Bei einem erfolglosen Tipp wandert der Zettel zurück und ihr zieht einen weiteren Song.

Bei einem richtigen Tipp erhält der*die jeweilige Teilnehmer*in seinen*ihren Zettel mit Lieblingslied und der Track wird ca. 30 Sekunden angespielt. Dann darf er*sie den nächsten Zettel ziehen und soll versuchen, erneut eine Zuordnung vorzunehmen. Dies wiederholt er*sie so lange, bis ihm*ihr eine Zuordnung geglückt ist. Er*Sie tritt nun einen Schritt aus dem Kreis zurück und setzt sich hin – der*die nächste Teilnehmer*in (zu dem*der der letzte Lieblingssong gehört hat) ist nun am Zug und zieht einen weiteren Zettel.

3. Spielende
Das Spiel endet, wenn alle Songs den richtigen Teilnehmer*innen zugeordnet worden sind. Reflektiert nun mit euren Teilnehmenden die gesammelten Songs:

- Welche Musikrichtungen interessieren die Kinder und Jugendlichen?
- Sind jugendgefährdende Titel dabei, z.B. mit sexualisiertem oder gewaltverherrlichendem Inhalt (Hierzu müssten ggf. die englischen Texte übersetzt werden)?
- Konnten die Teilnehmenden Inspirationen für ihre eigene Playlist gewinnen?

Tipp:
Speichert die im Rahmen dieser Methode entstandene "JRK-Playlist" ab – ihr könnt sie bei Fahrten, Aktionen und Veranstaltungen mit eurer JRK-Gruppe oder Schulklasse bestimmt sehr gut gebrauchen!

Musikstreamingdienste ermöglichen gegen eine Abonnementgebühr den Abruf umfangreicher Musikbibliotheken aus dem Internet via App oder Online-Service. Es gehört u.a. auch zum Funktionsumfang der Dienste, Songs in Playlists zu sammeln, diese für andere Nutzer*innen zu veröffentlichen und ausgewählte Songs auf dem jeweiligen Endgerät offline verfügbar zu machen. Verbreitete Streamingdienste sind Amazon Music, Spotify, Apple Music, YouTube Music und TuneIn.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode – News aus aller Welt:
alles rund um Zeitung und Nachrichten

Ziele: Heranführung von Kindern und Jugendlichen an Nachrichtenmedien und Förderung der Reflexion über Berichterstattung.
Themen: Nachrichtenmedien, Berichterstattung
Voraussetzungen: Beamer/Bildschirm, Laptop/Tablet, Lautsprecher, Kugelschreiber und Notizblöcke je Teilnehmer*in, Smartphone je Teilnehmer*in, Flipchartpapier, Marker, Metaplanwand, Moderationskoffer, eine aktuelle analoge Tageszeitung
Alter: 14 – 18 Jahre
Dauer: 60 – 90 Minuten
Empfohlene Gruppengröße: 5 – 15 Teilnehmende

Ablauf:

1. Austausch über das aktuelle Weltgeschehen
Ihr startet diese Methode mit einem Blitzlicht zu aktuellen Nachrichtenthemen:

- Welches aktuelle Thema aus den Nachrichten fällt dir ein?
- Über welches Medium hast du davon erfahren?
- Nenne drei Fakten, die dir spontan zum gewählten Thema einfallen!

Es kann sich bei den Nachrichtenthemen z.B. um aktuelles Weltgeschehen, Politik, Kultur- oder Sportereignisse handeln, aber auch um speziell für junge Menschen relevante News, etwa zu Musik, Influencer*innen oder Computerspielen.

Ein möglicher Blitzlicht-Beitrag könnte wie folgt aussehen:

- Erdbeben in China
- Tagesschau-App
- 100.000 Personen betroffen, Notstand ausgerufen, Helfer*innen aus aller Welt reisen an

2. Eine Tageszeitung im Überblick
Nun verschafft ihr euch gemeinsam mit den Teilnehmer*innen einen Überblick über den Inhalt und Aufbau einer Tageszeitung. Hierzu blättert ihr gemeinsam durch eine von euch mitgebrachte analoge Lokalzeitung und seht euch den Aufbau und die Gliederung in die verschiedenen Ressorts (üblicherweise Politik, Wirtschaft, Kultur, Lokales und Sport) mit einem besonderen Augenmerk auf prominent platzierten Themen (sogenannte „Aufmacherthemen“) an. Alternativ ist es auch möglich, dass ihr euch via Beamer eine Tagesschau-Sendung anseht.

Ihr fragt nun bei den Teilnehmer*innen im Rahmen eines Blitzlichts ab, welches Ressort/Thema sie am meisten interessiert.

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode – News aus aller Welt:
alles rund um Zeitung und Nachrichten

3. Recherche eines Nachrichtenthemas

Im Rahmen dieses Methodenteils geht es darum, durch eine Medienrecherche genauere Informationen zu ausgewählten News in Erfahrung zu bringen und diese als Flipchart-Präsentation aufzubereiten.

Hierzu sollen sich je 2 oder 3 Teilnehmer*innen zu einer Gruppe zusammenfinden, sich auf ein gemeinsames Thema für die weitere Recherche verständigen und jeweils einen journalistischen Beitrag als Quelle heraussuchen. Bei jüngeren Kindern kann diese Gruppenarbeit inhaltlich durch euch begleitet werden. Die Bearbeitungszeit beträgt 20 bis 30 Minuten.

Bei dieser Gruppenarbeit gelten die folgenden Regeln, welche durch euch als Flipchart im Gruppenraum bzw. im Klassenraum ausgehängt werden sollten:

- Stellt eure Rechercheergebnisse auf einer Seite Flipchartpapier dar!
- Als Quellen sind die mitgebrachte Tageszeitung sowie die Internetseiten von etablierten Medien (z.B. Tagesschau, Online-Zeitungen etc.), Behörden oder DRK erlaubt!
- Eure Präsentation sollte mindestens die journalistischen W-Fragen (Wer?/Was?/Wann?/Wo?/Warum?/Wie?/Welche Folgen?) abdecken!
- Nennt den Titel des Beitrages, auf den ihr Bezug nehmt!
- Führt auf, über welches Nachrichtenmedium recherchiert wurde und in welcher Form der Beitrag vorlag (Print-Bericht, Videobeitrag oder Podcast)!
- Geht darauf ein, ob der ausgewählte Beitrag die Meinung eines*einer Autor*in widerspiegelt oder ob er den Leser*innen Sachinformationen vermittelt!

4. Präsentation der Rechercheergebnisse

Abschließend präsentieren die Gruppen ihre Ergebnisse im Plenum durch die Vorstellung ihrer Plakate.

Nachrichten:
Unter Nachrichten als Plural von Nachricht (oft auch synonym für Nachrichtensendung) ist die regelmäßige Berichterstattung über aktuelle politische, wirtschaftliche, soziale, kulturelle, sportliche und sonstige Ereignisse in komprimierter Form zu verstehen.
(Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Nachrichten)

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode – Gaming-Rodeo:
eine Reise durch den Spielekosmos

Ziele: Kinder und Jugendliche tauschen sich über ihre Lieblingsspiele aus, dabei können sowohl analoge Brett-, Karten- oder Gesellschaftsspiele als auch Computerspiele mitgebrachte vorgestellt werden.
Themen: Gaming, Spiele
Voraussetzungen: Beamer/Bildschirm, Laptop/Tablet, Lautsprecher, mitgebrachtes Spiel/Videogame/Konsole/Smartphone je Teilnehmer*in
Alter: 12 – 18 Jahre
Dauer: 60 – 90 Minuten
Empfohlene Gruppengröße: 5 – 15 Teilnehmende

Ablauf: Alle Beteiligten bringen im Rahmen dieser Methode Spiele und im Falle von elektronischen Games auch die dazugehörigen Abspielgeräte mit. Dabei sollte auf Spielesysteme, die nicht ohne zusätzliche Technik lauffähig sind, verzichtet werden (z.B. Spielekonsolen, die an einen separaten Bildschirm angeschlossen werden müssen). Außerdem dürfen nur für die Altersgruppe zulässige Spiele mitgebracht werden (FSK-Kennzeichnung und Jugendschutz beachten!). Es ist alternativ auch möglich, anstelle der Spiele sog. Let´s-Plays im Rahmen der Methode vorzuführen.

1. Einstieg
Zunächst setzt ihr euch mit den Teilnehmer*innen in einem Kreis im Gruppen- oder Klassenraum zusammen. Die Beteiligten stellen die mitgebrachten Spiele kurz vor und geben zusätzlich Auskunft zu einigen Aspekten ihres (analogen und digitalen) Spieleverhaltens:

- Wie heißt das Spiel? (bspw. Auto Racer III)
- Was macht das Spiel aus? (bspw. tolle Rennstrecken und große Auswahl an Autos)
- Was tut man in dem Spiel? (bspw. auf Rennstrecken gegen andere Spieler*innen antreten)
- Dir könnte das Spiel gefallen, wenn… (du dich für Autos interessierst und schnell reagieren kannst)

Deutsches Rotes Kreuz
Jugendrotkreuz

Methode – Gaming-Rodeo:
eine Reise durch den Spielekosmos

2. Markt der Spiele

Nun verteilt sich die eine Hälfte der Gruppe mit ihren mitgebrachten Spielen bzw. digitalen Games im Raum. Die andere Hälfte hat nun die Möglichkeit, sich diese 15 Minuten lang präsentieren und erklären zu lassen – und selber einige Runden zu spielen. Nach Ablauf der Zeit tauschen die Rollen und die Spielepräsentator*innen erhalten die Möglichkeit, 15 Minuten lang bei dem anderen Teil der Gruppe deren mitgebrachte digitalen und analogen Spiele kennenzulernen. Je nachdem, wie viel Zeit für diese Methode eingeplant ist und wie hoch das Interesse der Teilnehmer*innen ausfällt, kann dieser Wechsel mehrmals stattfinden.

3. Spiele-Challenge

Ihr könnt gemeinsam mit der Gruppe oder Schulklasse nach dem „Markt der Spiele“ ein mitgebrachtes Spiel für mehrere Spieler*innen mit kurzen Spielrunden und vor Ort vorhandener Hardware auswählen und gegeneinander antreten. Wer ist wohl die*der Beste?

4. Fazit

Nach der Spiele-Vorführung setzt ihr euch mit den Teilnehmer*innen wieder in gemeinsamer Runde zusammen. In Form eines Blitzlichts geben alle Beteiligten eine kurze Rückmeldung dazu, welches Spiel ihnen jeweils am besten gefallen hat.

Let’s Play (engl. für „Lasst uns spielen“; abgekürzt: LP) bezeichnet das Vorführen und Kommentieren des Spielens eines Computerspiels. Meist wird dies ähnlich einem Screencast aufgenommen und auf Videoportalen hochgeladen oder auf Live-Streaming-Portalen übertragen. Bekannte Dienste sind YouTube und Twitch. (Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Let%E2%80%99s_Play)

Impressum

Herausgeber:
Jugendrotkreuz (JRK) im
DRK Landesverband Nordrhein e.V.
Redaktion:
Fabian Müller, Rebecca Rothe,
AG Öffentlichkeitsarbeit im JRK Nordrhein
Satz & Layout:
DRK Landesverband Nordrhein gGmbh |
Grafik und Kampagnen

Rückfragehinweis

Jugendrotkreuz Nordrhein
Mail: jugendrotkreuz@drk-nordrhein.de

www.jrk-nordrhein.de
@jrk_nordrhein
@jrk.nordrhein

Dieses Produkt ist gemeinsam mit den ehrenamtlichen Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft Öffentlichkeitsarbeit des JRK Nordrhein entstanden. **Danke für euer großartiges Engagement!**

Aileen Greff
Mitglied der AG
Öffentlichkeitsarbeit

Daniel Engels
Mitglied der AG
Öffentlichkeitsarbeit

Fabian Müller
Mitglied der AG
Öffentlichkeitsarbeit

Jennifer Orzol
Mitglied der AG
Öffentlichkeitsarbeit

Rebecca Rothe
Mitglied der AG
Öffentlichkeitsarbeit

Michael Heine
Mitautor Themenpaket 3

Verbinde dich mit uns!
Auf Instagram findest du spannende Inhalte rund um Themen, die uns im JRK begeistern, wie z.B. Nachhaltigkeit, Tipps für die (Medien-) Pädagogik in der Kinder- und Jugendarbeit, Insights aus dem JRK Nordrhein, Rückblicke auf Veranstaltungen und vieles mehr!
Schau auf Insta vorbei:
https://www.instagram.com/jrk_nordrhein/

Newsletter JRK Nordrhein
Mit unserem Newsletter wirst du alle zwei Wochen kompakt informiert: Ob zu unseren aktuellen Veranstaltungen, Insights und News aus dem JRK Nordrhein, Neuigkeiten aus dem Bundesverband oder aber zu Themen rund um die (ehrenamtliche) Kinder- und Jugendarbeit. Melde dich jetzt an!
https://www.jrk-nordrhein.de/service/newsletter