

Fairplay im Netz



**Eine Methodensammlung für mehr
Respekt, Teilhabe und Fairplay im Netz**

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	3
Begriffsdefinitionen.....	4
Workshops & Angebote inklusiv gestalten – eine kurze Einführung	5

Modul 1: Soziale Medien..... 9

Workshopziele	10
Roter Faden.....	11
Das App-Radar	12
#Hashtag Du	14
Mein digitales Ich in 5 Worten	16
Plattform Battle.....	18
Feed-Puzzle.....	20
Scroll & Serve	23
Challenge Check	27
Gruppenfoto-Fake – Wer zeigt was?	31
Dopaminkurve – Wie wirkt Social Media auf mich?.....	34
Ich, online & überfordert.....	37
Influencer der Selbstfürsorge.....	40
#Hashtag für den Tag	42

Modul 2: Fake News 44

Workshopziele	45
Roter Faden.....	46
Sortierspiel	48
Zwei Fakten, eine Lüge.....	50
(Kahoot-) Quiz zu Fake News	52

Modul 3: Hass im Netz 55

Workshopziele	56
Roter Faden.....	57
Bingo	59
(Zettel-)Barometer.....	63
Kreativarbeiten	67
Zusatzmethode: Vier Ecken	70
Fünf-Finger-Feedback	73
Impressum	75

Vorwort

Lernort Stadion e.V. bringt seit 2009 politische Bildung ins Fußballstadion. An über 30 Standorten werden Stadien an spielfreien Tagen zu Lernorten, an denen Jugendliche – oft aus benachteiligten Lebenslagen – in Workshops Demokratie, Teilhabe und Chancengleichheit erleben. Bewegungsorientiert und praxisnah setzen sie sich mit Themen wie Vielfalt, Medienkompetenz oder Konfliktprävention auseinander und erfahren, dass ihre Meinung zählt und Engagement Wirkung hat.

Aktion Mensch ist Deutschlands größte private Förderorganisation im Bereich Inklusion, Vielfalt und Teilhabe. Mit ihrer Unterstützung werden jedes Jahr hunderte Projekte ermöglicht, die Barrieren abbauen, den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken und Menschen befähigen, selbstbestimmt zu handeln. Besonders im digitalen Raum sieht Aktion Mensch eine zentrale Zukunftsaufgabe: junge Menschen für Chancen und Risiken zu sensibilisieren und sie dabei zu unterstützen, sich aktiv und verantwortungsvoll einzubringen.

Vor diesem Hintergrund haben sich Lernort Stadion e.V. und Aktion Mensch gemeinsam der Frage gewidmet, wie Jugendliche für die Herausforderungen digitaler Lebenswelten gestärkt werden können. Denn soziale Medien prägen den Alltag junger Menschen heute entscheidend. Sie bieten Räume für Austausch, Kreativität und Gemeinschaft, bergen jedoch auch Risiken: Bildschirmzeit und Medienkonsumverhalten bieten neue emotionale Herausforderungen und Suchtpotenzial, Algorithmen und Fake News verzerren die Meinungsbildung, Hate Speech vergiftet den Diskurs und neue Technologien wie KI-generierte Inhalte erschweren die Unterscheidung zwischen Fakt und Fiktion.

Die Methodensammlung setzt genau hier an: Jugendliche werden für Dynamiken und Gefahren sensibilisiert, lernen Strategien für einen reflektierten Umgang und entwickeln eigene kreative Ansätze, um digitale Räume positiv zu gestalten. Dabei greifen wir bewusst Werte auf, die aus dem Sport bekannt sind – Fairplay, Respekt und Teamgeist – und übertragen sie in den digitalen Raum.

Das Material folgt einem inklusiven Ansatz: Es ist so gestaltet, dass Jugendliche mit unterschiedlichen Voraussetzungen, Erfahrungen und Perspektiven gemeinsam lernen können. Vielfalt wird dabei nicht nur thematisiert, sondern praktisch erfahrbar – durch barrierearme Methoden, die kooperatives Lernen, Perspektivwechsel und gegenseitige Unterstützung fördern. So können heterogene Gruppen voneinander lernen und Teilhabe aktiv leben. Die Leitfragen und Vorlagen für die Jugendlichen sind unterstützend in "Einfacher Sprache" übersetzt, das Kapitel "Workshops & Angebote inklusiv gestalten – eine kurze Einführung" bietet konkrete Anregungen für die inklusive Methodenadaption. Die Module sind zudem vielseitig einsetzbar: Sie können als komplette Workshopeinheit, als Ergänzung bestehender Bildungsangebote oder in einzelnen Unterrichtsstunden genutzt werden – im Lernort Stadion, in Schulen, Jugendzentren oder anderen Bildungseinrichtungen. Auch als Vertretungsstunde bieten sie einen praxisnahen Zugang zu Themen wie Fairness, Verantwortung und Medienkritik.

Die vorliegende Methodensammlung ist das Ergebnis intensiver Zusammenarbeit von sechs Lernort Stadion-Standorten. In Tandems (Babelsberg–Paderborn, Chemnitz–Rostock, Jena–Berlin/Hertha BSC) haben Pädagog*innen aus dem Netzwerk die Module entwickelt, erprobt und weitergedacht. Ihr Engagement, ihre Kreativität und ihr kritischer Blick haben entscheidend dazu beigetragen, dass „Fairplay im Netz“ ein praxisnahes, inklusives und wirksames Konzept geworden ist. Ihnen gilt unser besonderer Dank – ebenso wie allen Jugendlichen, die mit ihren Rückmeldungen und Ideen geholfen haben, die Methoden weiter zu verbessern.

Mit dieser Methodensammlung möchten wir Pädagog*innen im gesamten Lernort Stadion-Netzwerk und darüber hinaus Werkzeuge an die Hand geben, um junge Menschen in ihrer digitalen Alltagswelt zu stärken – für mehr Fairplay im Netz und eine Kultur des Respekts, online wie offline.

Begriffsdefinitionen

Inklusion

Inklusion beschreibt ein gesellschaftliches Prinzip, das auf die gleichberechtigte Teilhabe aller Menschen in allen Lebensbereichen abzielt – unabhängig von Behinderung, Herkunft, Sprache, Einkommen, Geschlecht oder anderen Merkmalen. Neben der Stärkung einer vielfältigen Gesellschaft betont sie das verbindende Element der gleichen Würde und Wertigkeit aller Menschen. Ziel von Inklusion ist es, Barrieren abzubauen und Strukturen so zu gestalten, dass jede Person ihre Potenziale einbringen und gesellschaftliche Prozesse aktiv mitgestalten kann.

Empowerment

Empowerment bezeichnet Strategien und Prozesse, die Menschen befähigen, selbstbestimmt und eigenverantwortlich zu handeln. Der Begriff stammt aus der Psychologie und Sozialpädagogik und lässt sich mit „Selbstbemächtigung“ oder „Selbstkompetenz“ übersetzen. Ziel ist es, das Selbstvertrauen und die Handlungskompetenz von Menschen – insbesondere benachteiligter Gruppen – zu stärken, damit sie ihre Interessen vertreten und aktiv am gesellschaftlichen oder politischen Leben teilhaben können.

Fake News

Fake News sind absichtlich falsche oder manipulierte Informationen, die den Anschein seriöser Nachrichten erwecken. Sie verbreiten gezielt Falschmeldungen, Halbwahrheiten oder Propaganda – häufig mithilfe reißerischer Überschriften, gefälschter Bilder, Videos oder erfundener Quellen. Ziele können die Beeinflussung von Meinungen, politische Manipulation, wirtschaftlicher Profit oder die gezielte Verunsicherung von Menschen sein.

Mobbing

Mobbing oder auch bullying bezeichnet wiederholte, systematische Angriffe – verbal, körperlich oder sozial – gegen eine Person mit dem Ziel, sie auszugrenzen, zu demütigen oder zu schädigen. Entscheidend sind die Wiederholung über längere Zeit und ein Machtungleichgewicht zwischen Täter*in und Opfer. Mobbing kann persönlich motiviert sein und muss nicht auf diskriminierenden Merkmalen basieren, es richtet sich oft gegen individuelle Schwächen oder soziale Positionen.

Diskriminierung

Diskriminierung meint die ungerechtfertigte Benachteiligung oder Herabwürdigung von Personen oder Gruppen aufgrund zugeschriebener Merkmale wie z.B. Herkunft, Geschlecht, Behinderung oder Religion. Sie kann individuell oder strukturell auftreten und muss anders als Mobbing nicht wiederholt oder persönlich motiviert sein; entscheidend ist die Ungleichbehandlung aufgrund bestimmter Merkmale. Der Schutz vor Diskriminierung ist in Deutschland verfassungsrechtlich verankert (AGG).

Hate Speech (Hassrede)

Hate Speech bezeichnet abwertende, hetzerische oder bedrohlich formulierte Äußerungen – häufig im Internet –, die sich gegen Einzelne oder Gruppen richten. Sie zielt darauf ab, Menschen aufgrund ihrer Zugehörigkeit, Meinung oder Identität zu verletzen, einzuschüchtern oder aus dem öffentlichen Diskurs auszuschließen. Hate Speech kann sowohl einmalig als auch systematisch auftreten und unter Umständen als verbale Diskriminierung auftreten.

Workshops & Angebote inklusiv gestalten – eine kurze Einführung

Gute Bildungsangebote leben von gleichberechtigter Teilhabe und Vielfalt. Doch wie schaffen wir einen Raum, in dem gemeinsam gelernt, diskutiert und angepackt werden kann und der sowohl die Vielfalt, die individuellen Fähigkeiten als auch die Stärken aller Teilnehmenden ins Zentrum stellt?

Mit dieser Einführung möchten wir Gedankenanstöße für die individuelle Praxis geben. Unser Leitgedanke dabei: Wir versuchen nach bestem Wissen und Gewissen ein inklusives Setting zu gestalten. Wir sind sensibel für die Bedürfnisse aller Teilnehmenden und schauen gemeinsam, was die jeweiligen Gruppen benötigen. Es gibt keine inklusiven Copy-Paste-Methoden oder Angebote. Wir kommunizieren auf Augenhöhe, offen und ehrlich miteinander und fragen im Fall der Fälle, z.B. wenn Barrierefreiheit nicht gegeben ist, wie Dinge gemeinsam gehandhabt werden können – ohne über die Köpfe und Wünsche von Menschen hinweg zu entscheiden.

Die nachfolgenden Tipps und Hinweise haben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, dienen aber als Impulse und Einstieg dafür, Angebote für möglichst viele zugänglich zu gestalten.

Raum, Raumgestaltung & Mobilität

- Orientierung ermöglichen und erhalten: Orientierung im Raum ist für alle wichtig: Wo kann ich mich bewegen? Wo finde ich was? Insbesondere für blinde und sehbeeinträchtigte Personen ist die Möglichkeit, sich über andere Sinne oder Beschreibungen im Raum orientieren zu können, wichtig. Achte insbesondere auf Stolperfallen und darauf, dass alle mitbekommen, wenn sich die Anordnung von Dingen im Raum ändert.
- Platz für alle schaffen: Rollstühle, Ausrüstung und all das, was Teilnehmende mitbringen, benötigt Platz, und zwar manchmal mehr als erwartet. Schaffe Platz, sodass alle überall herankommen und so viel Bewegungsfreiheit wie möglich haben. Im Idealfall hat jede*r die Wahlmöglichkeit, wo er*sie sitzen, stehen, liegen etc. will.
- Höhen anpassen: Menschen arbeiten auf unterschiedlichen Höhen. Daher sollten Projektions- und Arbeitsflächen entsprechend angepasst werden. Tische kann man z. B. relativ leicht aufbocken und rutschfeste Kisten auf dem Tisch erhöhen die Arbeitsfläche. Positioniere wichtige Gegenstände eher am Rand des Tisches, sodass sie einfacher erreichbar sind.
- Mobilität nicht verlangen, wenn nicht notwendig: Auch wenn sich Menschen bewegen und umsetzen können, kann das mit größerer Anstrengung verbunden sein. Manche Menschen brauchen auch einfach eine Weile, bis sie sich an einem Ort wohl fühlen. Daher sind Settings, in denen nicht ständig der Ort gewechselt werden muss, manchmal angenehmer.

Methoden, Arbeits- & Sozialformen & Zeitplanung

- Dein Angebot wird umso schöner, wenn alle mitmachen können. Daher ist es sinnvoll, Methoden einzusetzen, die für alle geeignet sind. Hierfür ist es hilfreich, wenn du deine Teilnehmenden kennst. Frage Wünsche, Bedarfe und Anforderungen, wenn möglich, z. B. bei Anmeldung ab.
- Methoden anpassen: Das klingt häufig komplizierter, als es ist. Manchmal muss man dafür aber einfach nur gemeinsam um die Ecke denken und die Dinge auf den Kopf stellen.

- Folgende Aspekte können bei der Anwendung von Methoden geprüft werden:
 - Wie viel Zeit und Geduld benötigt man dafür?
 - Welche Sozialform wird vorausgesetzt?
 - Für welche Gruppenphase ist die Methode passend?
 - Sind Aspekte rund um Sozialisation & Prägung zu beachten?
 - Funktioniert die Methode ohne oder mit eingeschränktem Sehvermögen?
 - Funktioniert die Methode ohne oder mit eingeschränktem Hörvermögen?
 - Benötigt die Methode Vorerfahrung?
 - Setzt die Methode Mobilität oder Schnelligkeit voraus?
 - Braucht es eine gemeinsame Sprache? Braucht es Lautsprache?
 - Für welches Alter ist die Methode angemessen?
 - Was muss man verstehen, um mit der Methode gut arbeiten zu können?
 - Gibt es (unangenehme) Reize/ Stimuli, die beachtet werden müssen?
- Teams bilden: Menschen können sich super gegenseitig unterstützen. Nicht alle Menschen müssen schreiben können – für viele Methoden reicht es, wenn eine Person im Team sich mit der Aufgabe wohlfühlt.
- Pausenlänge anpassen: Eine kurze 5-Minutenpause reicht nicht für alle aus. Achtet gemeinsam aufeinander, wie viele Pausen ihr benötigt. Kurz etwas trinken oder auf Toilette gehen dauert für manche Teilnehmenden einfach länger.

Sprache, Wortwahl und Kommunikation

- Diskriminierungssensible Sprache verwenden: Sprache konstruiert Wirklichkeit und kann daher Ungerechtigkeiten hervorbringen oder zu ihrer Verringerung beitragen. Durch einen sensiblen Sprachgebrauch können alle aktiv zur Gleichberechtigung und Wertschätzung beitragen. Dies betrifft sowohl die Verwendung von diskriminierungssensibler Sprache als auch den Respekt vor gewählten Selbstbezeichnungen von verschiedenen Gruppen und fängt bei dem Angebot zur Nennung von Pronomen an.
- Einfache oder Leichte Sprache verwenden: vereinfachte oder Leichte Sprache kann dazu beitragen, dass alle alles verstehen. Dafür muss man nicht unbedingt alle Regelungen der Leichten Sprache beherrschen. Für Einfache Sprache hilft es häufig bereits, Sätze bewusst kürzer zu formulieren, nicht zu schnell zu sprechen und komplizierte Wörter zu vermeiden. Solltest du bestimmte Fachwörter nutzen, erkläre diese bitte. Zur Hilfestellung ist es sinnvoll, ein Glossar in Leichter Sprache vorzubereiten, das bei gängigen, aber schwierigen Worten unterstützt. Bei „Hurraki“, dem digitalen Wörterbuch für Leichte Sprache findest du viele gute Übersetzungen. So ist man bei Fragen zur Übersetzung gut vorbereitet.
- Langsam sprechen & Pausen für Übersetzung ermöglichen: Sofern z. B. andere Teilnehmende oder auch Gebärdensprachdolmetscher*innen Personen individuell begleiten, ist es wichtig, das Tempo der Gruppe z. B. in Diskussionen anzupassen, sodass sich alle – trotz Verzögerung von Übersetzungen – einbringen können.

Nutzung von Bildern, Videos, Musik, visuellen und akustischen Signalen und Texten

- Untertitel/Schriftsprache bei Videos und Musik einsetzen: Dies ermöglicht z. B. gehörlosen oder höreingeschränkten Teilnehmenden Videos oder Songtexten zu folgen. Musik kann über die Bereitstellung von Songtexten gedolmetscht und auf weiteren Ebenen erfahrbar gestaltet werden. Dies benötigt allerdings Vorbereitung vorab und kann nicht spontan von Gebärdensprachdolmetscher*innen gedolmetscht werden.

- Alternativtexte und Audiodeskription bei Videos und Bildern einsetzen: Audiodeskription, auch akustische Bildbeschreibung, ist ein Verfahren, das blinden und sehbehinderten Menschen ermöglichen soll, visuelle Vorgänge besser wahrnehmen zu können. Dies kann z. B. bedeuten, dass du als anleitende Person relevante Informationen bei Videos in Lautsprache ergänzt, sodass z. B. Settings, die in Videos gezeigt, aber nicht in Lautsprache erklärt werden, für alle erkennbar sind. Bildmaterial kann z.B. auch für die gesamte Gruppe detaillierter beschrieben und so für alle nutzbar gemacht werden. Alternativtexte bei Bildern z. B. auf Webseiten, Social Media etc. nicht vergessen.
- Materialien vorab zur Verfügung stellen: Teilnehmende mit Sehschwäche können so z. B. von Tafelbildern o.a. Fotos machen und sie sich selbst auf ihren Handys oder Tablets vergrößert anschauen. Für alle Teilnehmenden erlaubt dies zudem, sich Notizen zu machen und so z. B. dem Workshop besser folgen zu können.
- Texte als barrierefreie PDFs zur Verfügung stellen: Sofern mit Texten gearbeitet wird, können Menschen sich diese mit Vorlese-Tools vorlesen lassen und sich so eigenständig Texte erschließen. Du hast kein barrierefreies PDF zur Hand? Dann stelle einfach den Text als Fließtext in einem Word-Dokument/LibreOffice-Dokument/ Etherpad o. ä. zur Verfügung.
- Visuelle Marker in Rot und Grün vermeiden: Gerade die Farben Rot und Grün sind für Menschen mit einer Rot-Grün-Schwäche schwer bis gar nicht auseinanderzuhalten. Versuche daher diese Farben zu vermeiden.
- Auf lesbare Schrift und gute Kontraste achten.
- Akustische und visuelle Signale kombinieren: Akustische und visuelle Signale lassen sich häufig super einfach kombinieren und sprechen so unterschiedliche Sinne an; z. B. kann das anstehende Ende einer Arbeitsphase sowohl mit einer Klingel also auch mit Licht an- und ausschalten angekündigt werden.

Trigger & Stress

- Stressbelastungen vermeiden: Zu viele Eindrücke zur gleichen Zeit können zu Stress führen, gerade wenn nicht alle Sinne verfügbar sind. Achte daher bitte darauf, eine klare Struktur zu bieten, unnötige Sinneseindrücke zu vermeiden (Strobolicht, Spiele mit viel Geschrei etc.) und genügend Pausen zum Verarbeiten von Input zu machen. Es ist auch sinnvoll einen ruhigen Ort zur Verfügung zu stellen, in dem sich Teilnehmende zurückziehen können, falls es ihnen zu viel wird.
- Trigger ernst nehmen: Trigger können sehr vielfältig sein. Einige sind bekannt, andere eher weniger. Solltest du mitbekommen, dass Teilnehmende sich auf für sie untypische Art und Weise zurückziehen, biete ihnen ein offenes Ohr an oder suche dir Unterstützung.

Verantwortung übernehmen

- füreinander Verantwortung übernehmen und die Gruppe einbeziehen: Wir finden es wichtig, im Rahmen von Angeboten eine Kultur des Miteinanders zu etablieren. Diese kann zum Beispiel dadurch gestärkt werden, dass sich Teams innerhalb der Gruppen finden und sich gegenseitig unterstützen. Die Teilnehmenden können so lernen, aufeinander zu achten und sich gegenseitig zu unterstützen. Bitte beachte dabei die Grenzen und Wünsche der Teilnehmenden und lass Menschen selbst entscheiden, wo, wann, von wem und welche Unterstützung sie möchten.
- Freie Entscheidungen respektieren: jede*r entscheidet selbst, welche Unterstützung er*sie benötigt und welche Angebote er*sie annehmen möchte. Bitte vertraue darauf, dass die Teilnehmenden ihre eigenen Grenzen kennen und wissen, wie viel sie sich zutrauen wollen und können.

Fettnäpfchen und Mikroaggressionen

- Fettnäpfchen: Zu Diversität gehört, dass es sicher Situationen geben wird, an denen Teilnehmende, du selbst und alle die sonst noch an deinem Angebot mitwirken, in echte oder gefühlte Fettnäpfchen treten. Wir wünschen uns, dass wir alle aus diesen Situationen lernen können und sie dafür nutzen, uns für die Diversität in unserer Gesellschaft zu sensibilisieren. Uns ist wichtig, dass wir in solchen Momenten Diskriminierung nicht weiter reproduzieren. Ob Verhalten diskriminierend wahrgenommen wird, obliegt dabei den Betroffenen.
- Sensibilität für Mikroaggressionen: viel Menschen sind im Alltag Diskriminierung ausgesetzt. Und das bedeutet nicht nur, dass sie von vielen Teilen des gesellschaftlichen Lebens ausgeschlossen werden, sondern sich immer wieder auch mit sogenannten Mikroaggressionen auseinandersetzen müssen. Viele Menschen erwarten von Menschen, die von Diskriminierung betroffen sind, dass sie ihnen ungefragt ihre Welt erklären und immer geduldig Verletzungen ertragen müssen. Das heißt konkret: Bitte versuche Mikroaggressionen zu erkennen und im Zweifel den davon Betroffenen zur Seite zu stehen und Unterstützung anzubieten.

Danke, dass du dich im Großen wie im Kleinen für mehr Zugänge und inklusive Beteiligung starkmachst!

© Servicestelle Jugendbeteiligung e.V. / in Anlehnung an die Veröffentlichung "Problemwerkstatt", gefördert durch die Jugend-Demokratiefonds Berlin "STARK gemacht! – Jugend nimmt Einfluss" der Jugend- und Familienstiftung des Landes Berlin

Modul 1: Soziale Medien

Digitale Lebenswelten und Prävention

Zwischen Feed und Freiheit: Selbstbestimmt im Netz

Workshopziele

Leitziel

Die Teilnehmenden reflektieren ihre eigene Nutzung sozialer Medien, erkennen zentrale Mechanismen sowie soziale und psychologische Dynamiken und entwickeln Strategien für einen bewussten Umgang.

Ziele des Workshops

Je nach Schwerpunktsetzung, Teilnehmendenorientierung und zeitlichem Rahmen können einzelne Ziele vertieft, zusammengefasst oder ausgelassen werden. So bleibt der Workshop flexibel und anpassbar an verschiedene Gruppen und Kontexte.

1. Die Teilnehmenden setzen sich mit der Logik und Funktionsweise sozialer Medien kritisch auseinander.
2. Die Teilnehmenden reflektieren ihre eigene digitale Identität, Selbstdarstellung und ihr Nutzungsverhalten.
3. Die Teilnehmenden erkennen psychosoziale Risiken im digitalen Raum und können diese einordnen.
4. Die Teilnehmenden entwickeln eigene Strategien für einen selbstbestimmten und verantwortungsvollen Umgang mit sozialen Medien.

Roter Faden

Der Rote Faden strukturiert den inhaltlichen Ablauf des Workshops in thematische Blöcke. Er dient der Orientierung in der pädagogischen Planung und ermöglicht es, unterschiedliche Schwerpunkte je nach Zielgruppe, Gruppendynamik und Zeitrahmen zu setzen. Die Blöcke und Methoden können flexibel kombiniert, variiert oder auch weggelassen werden.

Block	Titel	Inhaltlicher Fokus	Methoden
1	#Real Talk Willkommen & Einstieg	• Ankommen • Kennenlernen • erste Impulse zu Social Media	• Das App-Radar • #Hashtag Du
2	Mein Feed – meine Welt? Reflexion der eigenen Nutzung & Lebensrealitäten	• Reflexion eigener Nutzungsgewohnheiten • Plattform-Vergleich • Bubbles	• Mein digitales Ich in 5 Worten • Plattform-Battle
3	Was du siehst, sieht dich auch Plattformlogiken, Algorithmen & digitale Filterblasen verstehen	• Algorithmen • Plattformlogik • Personalisierung und Filterblasen	• Feed-Puzzle • Scroll & Serve
4	Zeig dich! Oder lieber nicht? Selbstbild, Inszenierung & Gruppendruck im Netz	• Selbstinszenierung • Challenges • Gruppenzugehörigkeit	• Challenge-Check – Mitmachen oder nicht?
5	Dopamin & Dauerfeuer Vergleichsstress, FOMO und der Preis für ständige Erreichbarkeit	• Vergleichsstress • FOMO • Überforderung • erste Schutzstrategien	• Dopamin-Kurve – Wie wirkt Social Media auf mich? • Ich, online & überfordert – Reizsortierung analog
6	Digital First Aid Selbstschutz, Tools und Strategien für einen souveränen Umgang	• Strategien • Tools & Regeln für einen sicheren Umgang	• Influencer*innen der Selbstfürsorge – Kampagne für dich selbst
7	#Offline mit Haltung Auswertung & Feierabend: Was bleibt?	• Reflexion • Präsentation • Feedback • persönliche Learnings	• #Hashtag für den Tag

Das App-Radar

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden tauschen sich über ihre genutzten Apps aus und visualisieren deren Stellenwert und ihr persönliches Konsumverhalten im Alltag.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	ca. 15 Minuten
Spielefeld	ausreichend Platz für Bewegung im Raum
Spielweise	im Plenum
Ausrüstung	Ausdrucke von App-Logos (TikTok, Instagram, Snapchat, WhatsApp etc.), ggf. Kreppband oder Seile zum Markieren
Workshop-Phase	Willkommen & Kennenlernen, Themeneinstieg

Ziele

- Eigene Plattformnutzung reflektieren
- Vorlieben mit anderen vergleichen
- Gruppendiskussion zur Mediennutzung

Vorbereitung

App-Logos großflächig im Raum verteilen (z. B. auf dem Boden oder an Wänden).

Durchführung

Alle Teilnehmenden stehen auf, die App-Logos liegen verteilt im Raum, aber so, dass man anschließend noch miteinander kommunizieren kann. Folgende Fragen können durch die Teamenden gestellt werden:

- Welche App stresst dich am meisten?
- Welche App behältst du, wenn du nur eine nutzen darfst?
- Welche App zeigt dir am ehesten, was du nicht sehen willst?
- Welche App hast du nur noch aus Gewohnheit?
- Bei welcher App hast du die meisten Benachrichtigungen aktiviert?
- Welche App empfiehlst du nicht deinen Eltern?
- Welche App nutzt du am meisten – und warum?

Nach jeder Frage sollen die Teilnehmenden sich dazu im Raum positionieren und einmal kurz in ihrer "App-Gruppe" darüber sprechen. Danach holen die Teamenden jeweils ein oder zwei O-Töne aus den Gruppen.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Gibt es klare Favoriten? Warum?
- Wie unterscheidet sich eure Nutzung?
- Welche Apps sind „zum Gucken“ – welche zum Posten?
- Welche Apps fehlen euch hier?

Mögliche App-Liste

WhatsApp

YouTube

Telegram

Reddit

Netflix

Instagram

BeReal

Signal

CapCut

Facebook

TikTok

Spotify

Pinterest

Duolingo

Google

Snapchat

Discord

Twitch

X

ChatGPT

Methodische Tipps

Es lohnt sich, regelmäßig die Aktualität der Apps zu prüfen und ggf. neue Apps zu ergänzen.

#Hashtag Du

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden beschreiben sich mit Hashtags und reflektieren ihre digitale Selbstdarstellung.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	ca. 15 Minuten
Spielfeld	großer Raum
Spielweise	Einzelarbeit, im Plenum
Ausrüstung	Karten oder Klebezettel, Stifte, Pinnwand
Workshop-Phase	Willkommen & Kennenlernen, Themeneinstieg, Feedback & Reflexion

Ziele

- Digitale Selbstbilder thematisieren
- Auseinandersetzung mit Außenwirkung
- Kreativer Einstieg ins Thema Identität

Vorbereitung

Optional Beispiel-Hashtags zur Inspiration vorbereiten (#MüdeAberMotiviert, #ImmerOnline, #TikTokIstMeinTherapeut)

Durchführung

Jede*r Teilnehmende soll sich 3–4 Hashtags ausdenken, die ihn* sie heute beschreiben, und diese auf Klebezettel oder Karten schreiben. Diese werden danach eingesammelt und vorgelesen. Optional können die Hashtags auch noch in Cluster zusammengehängt werden.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Gab es Hashtags, die besonders oft vorkamen?
- Welche Rollen, Stimmungen oder Gewohnheiten wurden sichtbar?
- Könnten manche Hashtags auch ein „Filter“ sein?

Methodische Tipps

- Die Hashtags können personalisiert oder anonym vorgelesen werden. Das kann mit der Gruppe besprochen werden – der Standard sollte aber eher anonym sein.
- Ihr könnt die Teilnehmenden dazu einladen, diese Hashtags an dem Tag auch wirklich auf ihren Social Media-Kanälen zu verwenden.

Mein digitales Ich in 5 Worten

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Reflexionsübung, bei der die Teilnehmenden ihr digitales Selbstbild auf fünf Begriffe verdichten und Gemeinsamkeiten sowie Unterschiede im Plenum sichtbar machen

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	ca. 20 Minuten
Spielfeld	großer Raum
Spielweise	Einzelarbeit, im Plenum
Ausrüstung	Karten/A4-Blätter, Stifte, ggf. Whiteboard/Pinnwand
Workshop-Phase	Willkommen & Kennenlernen, Themeneinstieg

Ziele

- Eigene Online-Präsenz reflektieren
- Selbstwahrnehmung im digitalen Raum benennen
- Unterschiede und Wirkungen von Selbstinszenierung

Durchführung

Die Teamenden leiten die Methode ein mit der Frage: „Welche fünf Begriffe beschreiben euer digitales Ich am besten?“. Die Teilnehmenden schreiben still fünf Worte auf, die ihr Auftreten in sozialen Medien, ihre Wirkung oder/und Selbstinszenierung beschreiben. Danach sollen sie sich kurz in Paaren oder Dreiergruppen dazu austauschen. Welche Worte habt ihr gewählt? Was überrascht euch?

Danach kann, wer möchte, die fünf Begriffe im Plenum vorlesen. Die Karten können auf einem Whiteboard oder einer Pinnwand gesammelt und ggf. gruppiert werden.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Fällt es dir leicht oder schwer, dein digitales Ich zu beschreiben?
- Unterscheidet sich dein digitales Selbstbild von deinem echten Selbstbild?
- Welche Begriffe kamen oft vor – welche gar nicht?
- Wie bewusst steuerst du, wie du im Netz wirkst?

Methodische Tipps

- Die Teilnehmenden schreiben zusätzlich fünf Begriffe/Eigenschaften auf, die sie gerne mehr oder gerne gar nicht zeigen wollen.
- Die Sammlung der Karten kann auch komplett anonym erfolgen.
- Je nachdem, wie viel Zeit für die Methode zur Verfügung steht, kann die Gruppe das Clustern gemeinsam machen.

Plattform Battle

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden diskutieren Vor- und Nachteile verschiedener Social-Media-Plattformen in einer spielerischen Debatte.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	ca. 30 Minuten
Spielfeld	großer Raum
Spielweise	in Gruppen, im Plenum
Ausrüstung	Karten mit Plattformnamen, ggf. Beamer
Workshop-Phase	Themenerarbeitung & -vertiefung

Ziele

- Vor- und Nachteile von Social-Media-Plattformen erkennen
- Kritische Medienreflexion fördern
- Diskussionsfähigkeit stärken

Vorbereitung

App-Logos oder beschriftete Karten vorbereiten.

Durchführung

Die Teamenden führen das Thema der Übung ein: „Was unterscheidet eigentlich die Social-Media-Plattformen, die wir täglich nutzen?“. Dazu werden die Teilnehmenden in Gruppen von 3–4 Personen aufgeteilt – jede Gruppe bekommt eine Plattform zugeordnet. Die Gruppen haben jetzt 15 Minuten Zeit, um folgende Leitfragen zu ihrer Plattform zu beantworten:

- Für wen ist die App besonders interessant?
- Für wen ist der App schwer nutzbar?
- Was macht man dort – und warum?
- Was sind typische Inhalte?
- Welche Rolle spielen Selbstdarstellung, Kontakt zu anderen, Druck oder Stress?
- Wie wirkt sich die Nutzung auf den Alltag aus?

So vorbereitet stellt jede Gruppe ihre Plattform im „Battle Modus“ vor und beantwortet dabei in der Präsentation folgende Fragen:

- Was macht eure App besonders stark?
- Was ist schlecht an der App?

Nach allen Präsentationen kann die Gesamtgruppe abstimmen: Welche Plattform ist „am fairsten“, „am ehrlichsten“, „am stressigsten“, „am einfachsten nutzbar?“, „macht am süchtigsten“ usw.?

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Welche Rolle spielt Fußball/Fan sein in meinem Online-Leben?
- Wie wird Zugehörigkeit im Netz dargestellt?
- Was würde ich posten – was nicht? Warum?
- Gibt es Posts, die für mich unangenehm wären (z. B. politische Aussagen, Spiel-Kritik, Pyro-Bilder)?
- Wie könnte ein fairer, durchdachter Fan-Feed aussehen?
- Wie könnte man das Angebot noch barrierefreier machen?

Methodische Tipps

- Die Teilnehmenden dürfen sich „ihre eigene Social Media Plattform“ erdenken – auf Basis der Plattformen, die sie diskutiert haben.
- Optional kann das Battle auch mit einer Jury ausgetragen werden: Wer argumentiert überzeugender?
- Diese Übung kann auch gut zwischendurch für eine Auswertungs- und Stimmungsabfrage genutzt werden.

Feed-Puzzle

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Kreative Gruppenübung zur Perspektivübernahme: In Rollen gestalten Teilnehmende den möglichen Social-Media-Feed anderer – Personalisierung, Vorannahmen und Plattformsteuerung werden sichtbar.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	moderat
Spielzeit	ca. 30 Minuten
Spielefeld	großer Raum
Spielweise	in Gruppen, im Plenum
Ausrüstung	Profilkarten, Themen-/Bildkarten/Emojis/Flipchartpapier, Klebstoff/Magnete, Stifte
Workshop-Phase	Themenerarbeitung & -vertiefung

Ziele

- Personalisierung von Inhalten durch Algorithmen verstehen
- Wirkungen von Zuschreibungen aus verschiedenen Perspektiven reflektieren
- Eigene Annahmen hinterfragen
- Digitale Realitäten vergleichen

Materialien

Feed-Puzzle

Vorbereitung

- 3–4 Rollenprofile vorbereiten (fiktive Nutzer*innen mit Alter, Interessen, digitalem Verhalten)
- Inhaltliche Karten vorbereiten: Bilder, Wörter, Themen, Influencer*innen, Emojis etc.

Durchführung

Die Teamenden führen die Teilnehmenden ein: „Ihr schlüpft heute in die Rolle des Algorithmus und gestaltet Feeds.“ Die Teilnehmenden werden in Kleingruppen von 3–4 Personen eingeteilt und jede Gruppe erhält ein Profil. Die Gruppen sollen nun den Feed für das Profil gestalten. Zur Unterstützung bekommen sie diese Leitfragen:

- Welche Inhalte würdet ihr dieser Person zeigen? Warum?
- Welche App ist dafür besonders gut?
- Welche Wirkung könnte dieser Feed auf eure Figur haben?
- Was fehlt vielleicht in diesem Feed?

Die Gruppen wählen passende Inhalte aus dem Kartenpool, arrangieren sie auf einem Flipchart oder Pinnwand und beschriften ggf. ihre Auswahl. Wenn die Gruppen fertig sind, können die Feeds in Form eines Galeriegangs oder kurzen Präsentation vorgestellt werden.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Was waren die Gründe für eure Auswahl?
- Was sagt das über unsere Zuschreibungen aus?
- Wie unterschiedlich sind die Feeds geworden?
- Was, wenn jemand ganz anders ist, als das Profil vermuten lässt?

Methodische Tipps/Varianten

- Die Methode kann auch als Wettbewerb durchgeführt werden: Welche Gruppe gestaltet den „glaubwürdigsten“ oder „kritischsten“ Feed?
- Es ist auch möglich, dass die Gruppen erst einen Feed für sich gestalten und dann für eine der Rollen und sie dann vergleichen.
- Es ist wichtig, sich im Vorfeld mit den inhaltlichen Feed-Elementen vertraut zu machen, die ihr den Teilnehmenden anbietet, um ggf. Fragen zu beantworten.

Material zur Methode „Feed-Puzzle“

Mögliche Rollenprofile

Jede Karte zeigt eine kurze Beschreibung einer erfundenen Person. Hier sind ein paar Beispiel-Rollen.

Inhaltliche Feed-Elemente (zum Ausschneiden oder Legen)

Die Elemente können als Karten (ca. 5x5 cm) ausgedruckt und nach Themen sortiert werden. Die Liste ist nur eine Sammlung von Ideen und sollte immer wieder mit neuen Beispielen ergänzt und erweitert werden.

„Luca, 13 Jahre, liebt Gaming“

Spielt am liebsten Ego-Shooter und Minecraft, schaut regelmäßig Gaming-Streams, hat wenige eigene Posts. Folgt vier großen Gamer*innen, ist in zwei Discord-Servern aktiv.

„Solomia, 15 Jahre, tanzt Ballett und liebt Mode“

Postet regelmäßig Outfits und Ballettposen. Nutzt Instagram und TikTok, folgt vor allem Creator*innen aus dem Fashion-Bereich. Hat rund 700 Follower*innen und nutzt oft Filter.

„Hassan, 16 Jahre, interessiert sich für Politik“

Liest Nachrichten auf Instagram, folgt mehreren Aktivist*innen und Meme-Seiten mit politischem Inhalt. Hat einen privaten Account mit wenig Posts.

„Elif, 17 Jahre, macht gern Fitness und motiviert andere“

Nutzt Instagram, TikTok und YouTube. Postet Workout-Tipps, motivierende Zitate und kurze Reels mit Fitness-Übungen. Verfolgt auch einige Ernährungskanäle.

„Noah, 14 Jahre, schaut gern Serien und Memes“

Verbringt viel Zeit auf YouTube, TikTok und Reddit. Lacht gern über schrägen Humor, folgt aber auch Serien-Accounts und Diskussionsforen zu seiner Lieblingsserie.

Influencer*innen	Inhalte/Themen	Formate	Werbung/Trends
• Rezo • Pamela Reif • Influencer mit klarer Haltung (z. B. gegen Fast Fashion) • Streamer mit Millionenpublikum • Beauty-Influencerin mit Daily-Routine	• Klimawandel erklärt in 60 Sekunden • Fashion Haul vs. nachhaltige Kleidung • Gaming Highlights der Woche • Workout für Zuhause • Meme über Schulstress • Tutorial für politischen Faktencheck	• TikTok-Reel • Insta-Story • YouTube-Short • Screenshot von einem Kommentar • Boomerang mit Musik • Umfrage-Sticker	• Gesponserte App für Hautpflege • Werbung für Energydrink • Rabattaktion für Gaming-Zubehör • Virale Challenge • Anzeige für Fast-Fashion-Brand

Scroll & Serve

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden reflektieren ihre eigenen Scroll-Gewohnheiten in einer aktivierenden Übung.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	ca. 20 Minuten
Spielfeld	ausreichend Platz für Bewegung im Raum
Spielweise	im Plenum
Ausrüstung	Karten mit Aufträgen
Workshop-Phase	Warm-up, Themenerarbeitung & -vertiefung

Ziele

- „Unsichtbare Regeln“ im eigenen Verhalten erleben
- Erfahrung auf Algorithmen in Social Media übertragen
- Einfluss, Freiheit und bewusste vs. unbewusste Steuerung diskutieren
- Gestaltung der eigenen Timeline hinterfragen

Materialien

- Auftragssammlung
- Didaktische Brücke

Vorbereitung

- Pro Person eine Karte mit einem geheimen Verhaltensauftrag vorbereiten (z. B. „Gehe immer zur lautesten Person“, „Vermeide Blickkontakt“, „Bleibe möglichst in Bewegung“, „Folge der ersten Person, die dich ansieht“ etc.)
- Musik bereithalten (optional, für Energie oder Verwirrung)

Durchführung

Die Teamenden erklären: „Wir machen jetzt eine stille Bewegungs-Einheit. Ihr bekommt alle gleich eine Karte – lest sie euch durch, aber zeigt sie niemandem.“ Jede Person erhält ihren verdeckten Auftrag. Alle Teilnehmenden bewegen sich für ca. 5–7 Minuten frei im Raum und handeln nach ihren Anweisungen – ohne miteinander zu sprechen.

Nach der Beobachtungsphase ruft das Team „Stopp“ – alle bleiben stehen. Danach wird im Plenum aufgelöst:

- Was war deine Aufgabe?
- Was ist dir aufgefallen?
- Gab es Wiederholungen, Überraschungen oder Verwirrungen?

Die Teamenden stellen die Frage: „Was hat das mit unseren Feeds zu tun?“ Im Gespräch wird eine gemeinsame Überleitung zu Plattformlogiken, Verhaltenstracking und personalisierten Inhalten entwickelt. (siehe Didaktische Brücke)

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Was hat dich gesteuert – und hast du es bemerkt?
- Wie frei warst du in deinem Verhalten?
- Was, wenn dein Feed ähnlich mit dir „arbeitet“?
- Wie entstehen Trends oder digitale Bewegungen?
- Was würdest du ändern, wenn du deinen Algorithmus selbst programmieren könntest?

Methodische Tipps

- Diese Methode kann auch als Warm-up mit Themeneinstiegspotenzial genutzt werden.
- Es ist möglich, einen zweiten Durchlauf zu machen, vor dem die Teilnehmenden selbst „unsichtbare Regeln“/Aufgaben schreiben dürfen.
- Als weitere Variante kann auch die Gruppe geteilt werden: Eine Hälfte bekommt Aufträge und eine Hälfte beobachtet nur. Nach der Beobachtungsphase wird getauscht.

Material zur Methode „Scroll & Serve“

Auftragssammlung

Hinweis zur Anwendung: Die Karten sollten gemischt und verdeckt verteilt werden. Jede Person liest ihren Auftrag still und handelt danach – ohne zu sprechen und ohne den Auftrag zu zeigen. Ziel ist Irritation, Bewegung und verdeckte Steuerung.

Bewegungsaufträge (Beziehung/Orientierung)

- Gehe immer auf die Person mit dem auffälligsten Kleidungsstück zu.
- Folge der ersten Person, die dich anschaut.
- Laufe ständig einer Person mit rotem Oberteil hinterher.
- Halte immer mindestens eine Armlänge Abstand zu allen.
- Bewege dich in Richtung von Personen, die viel in Bewegung sind.
- Suche ständig neue Gruppen – aber bleibe nie länger als 10 Sekunden dort.
- Stell dich immer in Sichtweite zu zwei Personen, die sich nicht bewegen.
- Drehe dich jedes Mal um, wenn dich jemand ansieht.
- Vermeide Augenkontakt mit allen Personen.
- Laufe sofort los, wenn jemand stehenbleibt

Reaktionsaufträge (Interaktion/Impuls)

- Wenn dich jemand ansieht, bleib sofort stehen.
- Wenn zwei Leute reden, stelle dich daneben.
- Mache die Körperhaltung der Person in deiner Nähe nach.
- Laufe im Kreis, wenn du niemanden findest, dem du folgen kannst.
- Laufe immer in die entgegengesetzte Richtung der meisten anderen.
- Bleibe stehen, sobald dich niemand mehr beachtet.
- Wenn du dich beobachtet fühlst, bewege dich schnell weg.
- Stelle dich immer zwischen zwei Leute, die sich gegenüberstehen.
- Wende dich immer vom Zentrum des Raumes ab.
- Gehe dorthin, wo gerade niemand ist.

Wahrnehmungsaufträge (Subjektiv/Fokus)

- Suche die Person mit der „besten Ausstrahlung“ und folge ihr.
- Bleibe immer nah bei jemandem, der unsicher wirkt.
- Wähle dir eine „Lieblingsperson“ und mache sie nach.
- Stelle dir vor, du wärst unsichtbar – bewege dich entsprechend.
- Folge der Person, die du am wenigsten kennst.
- Tue alles, um nicht aufzufallen – aber bleibe ständig in Bewegung.
- Stell dir vor, du wirst ständig bewertet – verhalte dich so.
- Bewege dich so, als würdest du für ein TikTok gefilmt.
- Wechsle dein Vorgehen alle 30 Sekunden.
- Bleibe möglichst nah bei der „coolsten“ Person im Raum.

Material zur Methode „Scroll & Serve“

Didaktische Brücke

Impuls nach der Übung

„Was ist gerade passiert? Wie frei habt ihr euch gefühlt? Was hat euer Verhalten bestimmt? Habt ihr euch beobachtet gefühlt?“

Übergang zum Thema Plattformlogik & Algorithmen:

- Die Verhaltensaufträge symbolisieren das, was auf Social Media oft unsichtbar geschieht:
 - Unsere Daten und Reaktionen (Likes, wie schnell wir scrollen, wie lange wir etwas anschauen) beeinflussen, was wir sehen.
 - Die Plattformen geben keine offenen Regeln vor, aber „steuern“ unser Verhalten durch Vorschläge, Likes, gezielte Inhalte.
- Manche Aufgaben wirkten direkt steuernd – andere subtil. Genauso funktioniert Personalisierung: Wir bemerken sie meist nicht.
- In sozialen Netzwerken gibt es keine völlige Freiheit – das „digitale Spielfeld“ ist vorher schon festgelegt.

Leitfragen für die Auswertung

- Welche Art von Aufgabe hat dich stärker beeinflusst – offensichtliche oder nicht offensichtliche?
- Wann hattest du das Gefühl, fremdgesteuert zu sein?
- Hast du versucht, „auszubrechen“ oder dich anzupassen?
- Welche Rolle spielt deine Reaktion auf andere? Ist das online auch so?

Verbindung zur Lebenswelt

- Erinnerst dich das an dein Verhalten in Social Media Feeds? Wenn ja, wie?
- Wie frei bist du wirklich in dem, was du siehst, likest oder postest?
- Was wäre anders, wenn du die Spielregeln selbst machen könntest?

Challenge Check

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden analysieren bekannte Social-Media-Challenges und diskutieren Chancen und Risiken.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	moderat
Spielzeit	ca. 25 Minuten
Spielfeld	großer Raum
Spielweise	in Gruppen, im Plenum
Ausrüstung	Screenshots oder Kurzbeschreibungen realer Challenges, Moderationskarten, evtl. Videos/Clips, Aufstellungsskala oder Emojis
Workshop-Phase	Themenerarbeitung & -vertiefung

Ziele

- Mechanismen viraler Trends verstehen
- Eigene Erfahrungen mit Gruppendynamiken reflektieren
- Zwischen Humor, Selbstdarstellung, Mutproben und gefährlichen Trends unterscheiden
- Bewusste Entscheidungen in digitalen Peer-Kontexten stärken

Materialien

Challenge-Beispiele

Vorbereitung

- 3–5 reale Challenges auswählen (z. B. NPC-Trend, Ice Bucket, Glow Up, Cinnamon Challenge, Devious Lick)
- Kurzbeschreibungen auf Karten (oder als Mini-Clip mit Link) vorbereiten
- Bewertungsfragen oder Entscheidungsfragen als Reflexionshilfe auf Moderationskarten schreiben

Durchführung

Die Teilnehmenden werden in Kleingruppen von 3–4 Personen eingeteilt und bearbeiten jeweils eine reale Challenge. Das tun sie anhand der Leitfragen:

- Was ist der Reiz?
- Was ist daran witzig/spannend/verstörend?
- Wer macht mit? Warum?
- Welche Risiken gibt es?
- Wäre das etwas für euch? Warum (nicht)?

Danach präsentieren die Gruppen ihre jeweilige Challenge und was sie darüber diskutiert haben im Plenum. Optional können die Teilnehmenden diese Präsentation auch kreativ gestalten (z.B. als Mini-Werbung, Talkrunde, Meme).

Danach wird ein kurzes Stimmungsbild/Barometer gemacht, bei welchen Challenges die Teilnehmenden sich beteiligen würden (Ja/Nein/Vielleicht).

Jede Gruppe oder einzelne Teilnehmende begründen ihre Position – es darf gewechselt werden!

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Welche Arten von Challenges habt ihr untersucht? Welche überwiegen im Feed?
- Warum machen so viele mit? Was passiert, wenn man nicht mitmacht?
- Wie viel Risiko ist okay? Und wo hört der Spaß auf?
- Was hilft euch dabei, eine Entscheidung zu treffen, die zu euch passt?

Methodische Tipps

- Diese Methode eignet sich besonders gut für Diskussionen über Gruppenzwang, Identitätssuche und digitale Mutproben.
- Sensibel moderieren, falls Teilnehmende bereits negative Erfahrungen mit Challenges gemacht haben und je nach Gruppe ggf. auf gefährliche Challenge-Beispiele (z.B. „Choking-/Pass-out-Challenge“) verzichten.

Material zur Methode „Challenge-Check“

Beispielchallenges

NPC-Challenge (TikTok)

NPC steht für Non-Playable Characters. User*innen verhalten sich wie Spielfiguren: Sie reagieren mit immer gleichen Sätzen auf Emojis im Live-Chat. Reizvoll durch unsinnige Wiederholungen – wird häufig sexualisiert oder verspottet.

Fragen:

- Was ist daran unterhaltsam oder verstörend?
- Warum machen Menschen mit – wegen Likes, Geld, Gruppenzwang?
- Was sagt das über Selbstdarstellung aus?

Ice-Bucket-Challenge

Personen kippen sich einen Eimer Eiswasser über den Kopf – ursprünglich zur Aufmerksamkeit für die Krankheit ALS (Muskel-Lähmung). Viele posten aus Spaß, manche spenden zusätzlich.

Fragen:

- Was macht die Challenge sinnvoll? Was macht sie überflüssig?
- Geht es mehr um Aufmerksamkeit oder um den guten Zweck?
- Was macht eine Challenge „wertvoll“?

Glow-Up-Challenge

Vorher-Nachher-Clips zeigen Veränderung durch Make-up, Filter, Licht oder Bearbeitung. Oft geht es um Schönheit, Coolness oder Erfolg.

Fragen:

- Wie viel ist echt? Wie viel nicht?
- Was macht das mit dem Selbstbild der Zuschauer*innen?
- Würdest du so etwas posten?

Fan-Edit-Me-Challenge

User*innen laden Bilder oder Clips hoch. Dann fordern sie andere auf, daraus aufwendig gemachte Fan-Edits zu gestalten – oft dramatisch, sehnsuchtsvoll oder künstlerisch überzeichnet.

Fragen:

- Was ist der Reiz an so einer Bearbeitung?
- Welche Rolle spielt Anerkennung?
- Wie würde dein eigener Edit aussehen?

Devious-Lick-Challenge

Schüler*innen filmen sich dabei, wie sie Dinge aus der Schule stehlen oder beschädigen – z. B. Seifenspender, Schilder, Toilettensitze.

Fragen:

- Warum war das ein Trend – obwohl es verboten ist?
- Was ist witzig daran? Was nicht?
- Was würdest du tun, wenn Freund*innen das planen?

Choking-/Pass-out-Challenge

Jugendliche erzeugen absichtlich eine kurzzeitige Ohnmacht – durch Atemanhalten oder Würgen. Extrem gefährlich, aber viral.

Fragen:

- Was bringt Menschen dazu, das zu tun?
- Was unterscheidet Mut von Selbstgefährdung?
- Wie kann man mitreden, ohne mitzumachen?

Benutze diesen Sound, ohne zu weinen

Melancholische Musik oder Filmsounds werden genutzt, um verletzte oder traurige Inhalte darzustellen. Teilweise sehr persönlich – teilweise übertrieben.

Fragen:

- Wann ist so ein Post glaubwürdig? Wann ist er übertrieben?
- Gibt es Themen, die zu sensibel für virale Trends sind?
- Wie fühlst du dich beim Anschauen solcher Clips?

Breakup Glow-Up

Menschen zeigen ihre Veränderung nach einer Trennung: mehr Selbstliebe, neuer Look, Erfolg – oft dargestellt mit Musik, Makeup und Vorher-/Nachher-Vergleich.

Fragen:

- Was daran ist bestärkend? Was setzt unter Druck?
- Geht es wirklich um Heilung oder eher ums Image?
- Würdest du so eine Veränderung posten?

Skibidi Toilet

Verrückter YouTube-Shorts-Trend mit tanzenden Toiletten-Köpfen, der besonders unter jüngeren Jugendlichen verbreitet ist. Verbindet Humor mit merkwürdigen Animationen.

Fragen:

- Was macht diesen Trend so beliebt?
- Findest du das witzig, nervig oder gruselig?
- Warum lieben wir manchmal sinnlosen Quatsch?

Spicy-/One-Chip-Challenge

Teilnehmende essen extrem scharfe Chips. Dann filmen sie ihre Reaktion (Schwitzen, Tränen, Kreislaufprobleme). Teilweise mit Krankenhausbesuchen als Folge.

Fragen:

- Wann wird Schmerz zur Unterhaltung?
- Was ist daran witzig – was riskant?
- Was würde dich stoppen, so etwas zu tun?

NPC gegen Real Self

Nutzer*innen stellen sich selbst als glatte, optimierte Social-Media-Version gegenüber ihrem „realen“ Ich. Oft machen sie das auf humorvolle oder kritische Art.

Fragen:

- Wie groß ist der Unterschied bei dir?
- Was wäre dein echter „Online-Moment“?
- Ist es okay, sich manchmal so darzustellen?

Werde, wer du sein willst

Veränderungs-Challenge mit Vorher/Nachher-Videos – von schüchtern und „unscheinbar“ zu selbstbewusst, gestylt und scheinbar erfolgreich.

Fragen:

- Was ist die Botschaft – Empowerment oder Druck?
- Wie viel Realität steckt in der Darstellung?
- Wie würdest du dein echtes „Ich“ zeigen?

Romanticize Your Life

Challenge, bei der alltägliche Handlungen wie Kaffee kochen oder Spaziergehen filmisch dargestellt werden. Manchmal als Akt der Selbstliebe oder künstlerische Rebellion gegen Stress.

Fragen:

- Was daran kann empowernd sein?
- Wird das echte Leben dadurch schöner oder stressiger?
- Wie sieht deine „romantisierte Realität“ aus?

Gruppenfoto-Fake – Wer zeigt was?

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Kurzes Rollenspiel mit starkem Reflexionspotenzial: Ein „perfektes“ Gruppenfoto wird gestellt – jede Person hat eine geheime Rolle. Danach Auflösung und Gespräch über Außenwirkung vs. Innenleben.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	ca. 15 Minuten
Spielfeld	großer Raum
Spielweise	im Plenum
Ausrüstung	Rollenkarten, Timer oder Stoppuhr, ggf. Sofortkamera/Smartphone
Workshop-Phase	Themeneinstieg

Ziele

- Selbstinszenierung und Gruppenzwang auf Social Media reflektieren
- Rollenbilder und Erwartungen von außen spielerisch erleben
- Diskrepanz zwischen Außenwirkung und Innenleben diskutieren
- Gruppendynamiken und Inszenierungsdruck unterhaltsam erkennen

Materialien

Rollenkarten

Vorbereitung

- Pro Teilnehmenden eine verdeckte Rollenkarten vorbereiten.
- Einen Platz vorbereiten, an dem ein „Gruppenfoto“ gemacht werden kann (z. B. vor neutralem Hintergrund, mit Smartphone oder Kamera).

Durchführung

Alle Teilnehmenden erhalten eine geheime Rolle – sie dürfen sie niemandem zeigen. Die Teamenden geben ihnen die Aufgabe: „Ihr habt 30 Sekunden Zeit, ein perfektes Gruppenfoto für Social Media zu machen – alle sollen möglichst gut rüberkommen.“

Auf das Startsignal beginnt die Zeit und die Teilnehmenden „performen“ ihre Rollen. Nach diesem Rollenspiel werden die Rollenkarten in der Gruppe vorgelesen und ein Reflexionsgespräch geführt: Wer hatte welche Rolle? Hat man sie erkannt? Wie war das für euch?

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- In welchen Rollen habt ihr euch wohlgefühlt? Welche waren unangenehm?
- Gibt es Rollen, in denen ihr euch im echten Leben auch wiedererkannt habt?
- Was zeigt ein Bild wirklich? Und was bleibt unsichtbar?
- Wer bestimmt, wie ein gutes Bild aussieht – auf Social Media und im echten Leben?

Methodische Tipps

- Funktioniert besonders gut in aktiven, humorvollen Gruppen – ggf. zuerst mit neutraleren Rollen starten.
- Kann auch gut anonymisiert werden (z. B. kein echtes Foto, nur „Freeze“).
- Für feinfühlige Gruppen evtl. bestimmte Rollen ausschließen (z. B. „Wirkt traurig“ nur mit Vorwarnung).

Material zur Methode „Gruppenfoto-Fake“

Mögliche Rollenkarten

Sei besonders cool	Tu so, als wärst du Influencer*in	Zieh eine möglichst ernste Miene
Bleib im Hintergrund	Versuch, so unauffällig wie möglich zu sein	Stell dich so hin, dass du besonders groß wirkst
Übertreibe mit deiner Pose	Tu so, als wärst du genervt von der ganzen Gruppe	Setz dich demonstrativ vor alle
Tu so, als wärst du der*die Beliebtteste	Mach ein Peace-Zeichen und streck die Zunge raus	Tu so, als würdest du den Foto-Moment total genießen
Vermeide jeden Blickkontakt	Tu so, als wärst du Chef*in des Fotos	Mach eine Bewegung – als wärst du in Action
Wirke traurig	Versteck dich halb hinter jemandem	Schau zur Seite – als ob etwas Spannendes passiert
Wirke hyperglücklich	Tu so, als würdest du jemanden umarmen – ob's passt oder nicht	Verzieh das Gesicht – aber so, dass es wie Absicht aussieht
Mach eine richtig komische Pose	Tu so, als würdest du posen wie auf Insta	Tu so, als hättest du gerade jemanden entdeckt
Stell dich in die Mitte und grinse extra breit	Guck grimmig	Mach ein Selfie mit der Gruppe im Hintergrund
Tu so, als wärst du zufällig im Bild gelandet	Posiere, als wärst du gerade auf dem roten Teppich	
Guck auf dein Handy – du hast Wichtigeres zu tun		

Dopaminkurve – Wie wirkt Social Media auf mich?

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Reflexive Visualisierung: Die Teilnehmenden zeichnen ihre Stimmungskurve über Phasen der Nutzung und benennen Hebungen/Tiefs.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	ca. 25 Minuten
Spielfeld	großer Raum
Spielweise	Einzelarbeit, in Paaren, im Plenum
Ausrüstung	Blanko-Diagramme, Stifte, ggf. Musik/Impuls-Reels
Workshop-Phase	Themeneinstieg, Themenerarbeitung & -vertiefung

Ziele

- Veränderungen der eigenen Stimmung beim Scrollen erkennen
- Positive und negative Emotionen beim Medienkonsum reflektieren
- Typische Auslöser für Dopamin-Kicks und emotionale Tiefs analysieren
- Erste Impulse für digitale Selbstfürsorge entwickeln

Materialien

Diagramm-Vorlage

Durchführung

Die Teamenden steigen mit folgenden Fragen ein: „Wie fühlt sich dein Kopf nach 10 Minuten TikTok? Und wie war's davor?“. Jede Person bekommt ein leeres Diagramm und die Aufgabe: „Trage ein, wie sich deine Stimmung in verschiedenen Phasen der letzten Nutzung verändert hat.“

Nach dieser Arbeitsphase sollen die Teilnehmenden sich in Paaren zusammenfinden und sich über diese Fragen austauschen:

- Was hebt deine Stimmung?
- Was zieht dich runter?
- Was passiert da mit dir?

Optional können nach diesen Gesprächen die Auslöser auf Flipchart oder als Stimmungswolke gesammelt werden.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Wann fühlst du dich besonders „high“? Wann fühlst du dich ausgelaugt?
- Was hat dich überrascht an deiner eigenen Kurve?
- Welche Inhalte tun dir gut? Welche eher nicht?
- Was könnte dir helfen, bewusster mit deinem Dopamin*-Haushalt umzugehen?
*Zur Erklärung: Dopamin ist ein Botenstoff im menschlichen Körper. Er ist bekannt als „Glückshormon“.

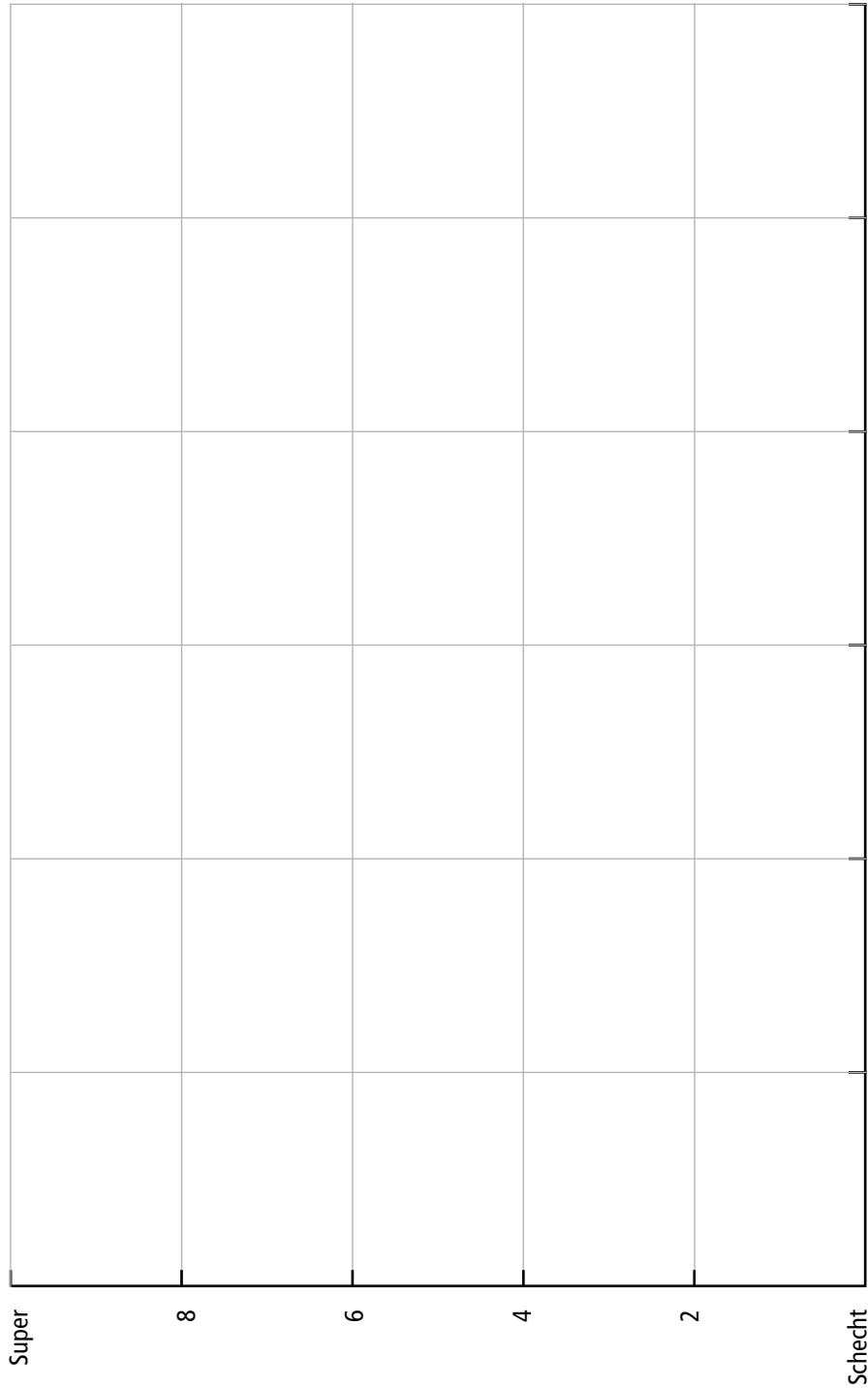
Methodische Tipps

- Funktioniert besonders gut in ruhigen Gruppen.
- Für sensible Teilnehmende: betonen, dass es keine „richtige“ Kurve gibt – alle Erfahrungen sind valide.
- Weiterführend nutzbar als Grundlage für Methoden wie „Meme-Therapie“, „Digitaler Kompass“ oder „Realitätsfilter“.

Material zur Methode „Dopaminkurve“

Druckvorlage

Meine Dopamin*-Kurve – Wie wirkt Social Media auf mich?



*Zur Erklärung: Dopamin ist ein Botenstoff im menschlichen Körper. Er ist bekannt als „Glückshormon“.

Ich, online & überfordert

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden reflektieren persönliche Stressmomente durch Social Media und entwickeln Bewältigungsstrategien.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	ca. 30 Minuten
Spielfeld	großer Raum
Spielweise	Einzelarbeit, in Gruppen, im Plenum
Ausrüstung	Karten mit Situationen, Stifte
Workshop-Phase	Themenerarbeitung & -vertiefung

Ziele

- Typische digitale Reize und ihre Wirkung erkennen
- Überforderungsmuster und persönliche Trigger reflektieren
- Zwischen unvermeidbaren und steuerbaren Reizen unterscheiden
- Individuelle Strategien zur digitalen Entlastung sammeln

Materialien

Reizwortkarten

Vorbereitung

- 20–30 Reizwortkarten vorbereiten (ein Mix aus neutral, stressend und positiv wirkenden digitalen Reizen).
- Drei Felder vorbereiten:
 - Rot – Macht mich fertig
 - Gelb – Kann ich ignorieren
 - Grün – Tut mir gut
- Sortierfläche vorbereiten (z. B. Tisch, Boden, Pinnwand)

Durchführung

Die Teamenden fragen: „Was stresst dich online am meisten – was geht spurlos an dir vorbei?“. Die Teilnehmenden bekommen die Aufgaben, die Reizkarten in die drei Kategorien zu sortieren. Je nach Gruppengröße sollen sie das einzeln, in Kleingruppen oder als Gesamtgruppe machen.

Danach wird gemeinsam reflektiert, wie unterschiedlich und individuell die Eindrücke und Einordnungen sind und was die Teilnehmenden im Prozess überrascht hat.

Im Anschluss werden gemeinsam zu den beiden Fragen Ideen und Gedanken gesammelt:

- Welche Reize lassen sich vermeiden?
- Welche Reize kann man verändern, um sie angenehmer zu finden?

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Welche Reize belasten dich besonders?
- Wo hast du Kontrolle – wo nicht?
- Was könnte dir helfen, dich besser zu schützen?
- Welche digitalen Tools oder Gewohnheiten entlasten dich?

Methodische Tipps

- Funktioniert auch ohne Sprechen: still sortieren und danach Gesprächsphasen öffnen.
- Für ruhigere Gruppen: Die Teilnehmenden arbeiten zuerst allein und legen dann gemeinsam aus.
- Besonders hilfreich für Teilnehmende mit ADHS-Diagnosen, Angststörungen oder Reizüberflutungserfahrungen – hier bewusst entlastend moderieren.

Material zur Methode: „Ich, online & überfordert“

Reizwortkarten

100 neue Nachrichten	Neue Folgen bei Netflix	Lob-Kommentar unter deinem Post
Push-Nachricht um 00:47 Uhr	Follower-Anfragen	Lustiges Katzenvideo
Story mit dem/der Ex	Like von jemandem, den du nicht kennst	Playlist mit Lieblingssongs
Dauer-Benachrichtigungen	Newsletter im Spam	Deep Talk im Chat
Drama im Gruppenchat	Reel mit 2.000 Kommentaren	Story von einem ruhigen Ort
„Warum hast du nicht geantwortet?“	Siri meldet sich	Erinnerung: Bildschirmzeit beendet
24/7 online sein	Lautloser Vibrationsmodus	Kreativfilter ausprobiert
Hate-Kommentare	Breaking News Push	„Danke, dass du da bist“-Nachricht
Klick mich! – Pop-up	„XY ist jetzt online“	App erinnert an Pause
Übertriebene Selfies	Update-Hinweis	App ist nicht barrierefrei
	Sprachnachricht von Freund*in	

Influencer der Selbstfürsorge

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Kreative Kampagnenarbeit zur Stärkung digitaler Selbstfürsorge. Die Teilnehmenden entwickeln in Kleingruppen ihre eigene Mini-Kampagne für mentale Gesundheit im Netz und machen sich selbst zu Influencer*innen positiver digitaler Kultur.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	moderat
Spielzeit	ca. 45-60 Minuten
Spielefeld	großer Raum
Spielweise	in Gruppen
Ausrüstung	Smartphones/Tablets, ggf. Vorlagen
Workshop-Phase	Themenabschluss & Produkterstellung

Ziele

- Persönliche Herausforderungen und Ressourcen im digitalen Alltag reflektieren
- Kreativ mit Möglichkeiten der digitalen Selbstfürsorge auseinandersetzen
- Empowerment-Botschaften für sich selbst und andere entwickeln
- Aktiv die Rolle als positiv Gestaltende digitaler Räume übernehmen

Vorbereitung

- Lostopf oder Drehscheibe mit Vorschlägen vorbereiten (z. B. „Selfie-freier Sonntag“, „App löschen – Gefühl notieren“, „Fühl-Check statt Scroll-Zwang“).
- Vorlagen für Kampagnen-Posts, Insta-Stories oder Plakate bereitlegen.
- Optional: Beispiele für real existierende Social-Media-Kampagnen oder Influencer*innen mit Haltung zeigen (z. B. @madhappy, @zukunfjetzt, @notokay_app).

Durchführung

- **Einstieg** (5 Minuten)
Kurzer Impuls: „Stell dir vor, du wärst ein*e Influencer*in. Dein Thema ist aber nicht Konsum, sondern mentale Gesundheit. Was würdest du posten?“
- **Impulswahl** (5 Minuten)
Die Gruppen ziehen (oder wählen) einen Selbstfürsorge-Impuls aus dem Lostopf. Alternativ können sie eigene Ideen formulieren.
- **Kampagnenarbeit** (25–30 Minuten)
In Kleingruppen entwickeln die Teilnehmenden eine Mini-Kampagne. Das kann ein Plakat, eine Reel-Idee, ein Meme, ein Slogan oder ein Story-Storyboard sein.
Leitfragen:
 - Was willst du anderen mitgeben?
 - Welche Botschaft hat deine Kampagne?
 - Wie sieht das Ganze als Post oder Story aus?
 - Welcher Hashtag passt dazu?
- **Präsentation** (10–15 Minuten)
Jede Gruppe stellt ihr Kampagnenprodukt kurz vor. Applaus, Nachfragen und Likes erlaubt.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Was war euch bei eurer Kampagne wichtig?
- An wen richtet sich eure Botschaft? An euch selbst, andere Jugendliche oder an eine bestimmte Community?
- Was wäre anders, wenn Influencer*innen mehr solcher Botschaften posten würden?
- Wie könntet ihr solche Ideen in euren Alltag mitnehmen?

Methodische Tipps

- Die Methode eignet sich besonders gut gegen Ende des Workshops – als Aktivierung, positiver Abschluss und Selbstwirksamkeitserfahrung.
- Bei digitalen Gruppen kann die Kampagne auch digital gestaltet und in einer gemeinsamen Galerie präsentiert werden.
- Auch einzeln oder in Tandems möglich – bei Gruppen mit geringerer Energie.
- Gut kombinierbar mit Methoden wie „Realitätsfilter“, „Digitaler Kompass“ oder „Likes sind nicht gleich Liebe“.
- Es ist möglich, die Teilnehmenden eigene Challenges entwickeln zu lassen: „Wie könnte ein positiver Trend aussehen?“ oder „Challenge für mehr mentale Stärke?“

#Hashtag für den Tag

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden fassen den Workshop-Tag in einem Hashtag zusammen und reflektieren ihre Erfahrungen.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	keine
Spielzeit	ca. 10 Minuten
Spielfeld	großer Raum
Spielweise	Einzelarbeit, im Plenum
Ausrüstung	Kleine Kärtchen oder Klebezettel, Stifte, Pinnwand oder Wandpapier mit Hashtag-Zeichen, ggf. Beispielliste zur Inspiration
Workshop-Phase	Feedback & Reflexion

Ziele

- Den Tag kreativ und prägnant zusammenfassen
- Mit Humor und Leichtigkeit wichtige oder prägende Erfahrungen reflektieren

Durchführung

Die Teamenden erklären: „Wenn dein Tag heute ein Hashtag wäre – wie würde er lauten? Überleg dir ein Wort oder eine Kombi, die deinen Eindruck, dein Learning oder deine Stimmung auf den Punkt bringt.“ Alle Teilnehmenden überlegen sich einen eigenen Hashtag und schreiben ihn gut lesbar auf eine Karte.

Drei Varianten:

- Raten: Hashtags werden vorgelesen – andere raten, von wem er ist.
- Vorstellen: Jede*r stellt kurz den eigenen Hashtag vor.
- Gallery Walk: Alle Hashtags werden an eine Wand gepinnt – stilles Lesen oder mit Emojis „likern“.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Welche Hashtags kamen mehrfach vor? Welche waren besonders ungewöhnlich?
- Gab es eher ernste, humorvolle oder nachdenkliche Eindrücke?
- Welcher Hashtag beschreibt vielleicht die ganze Gruppe?

Methodische Tipps

- Digital: Die Hashtags werden in ein geteiltes Padlet oder Whiteboard eingetragen.
- Erweiterung: Die Teilnehmenden erfinden zusätzlich noch ein Emoji oder Symbol passend zum Hashtag.
- Weiterverwendung: Die Gruppe wählt einen gemeinsamen Gruppen-Hashtag aus allen Vorschlägen – z. B. für Feedback-Dokumentation oder Insta-Story (falls erlaubt).

Modul 2: Fake News

Workshopziele

Leitziel

Die Teilnehmenden entwickeln ein kritisches Bewusstsein für Fake News und lernen, einige ihrer Merkmale zu erkennen.

Ziele des Workshops

Je nach Schwerpunktsetzung, Teilnehmendenorientierung und zeitlichem Rahmen können einzelne Ziele vertieft, zusammengefasst oder ausgelassen werden. So bleibt der Workshop flexibel und anpassbar an verschiedene Gruppen und Kontexte.

1. Die Teilnehmenden setzen sich mit der Logik und Funktionsweise von Fake News kritisch auseinander.
2. Die Teilnehmenden reflektieren die Wirkung von Sprache, Bildern und Überschriften auf die Wahrnehmung von Informationen.
3. Die Teilnehmenden trainieren eigene Fähigkeiten zur Analyse und Überprüfung von Informationen in interaktiven Übungen.
4. Die Teilnehmenden erfahren durch spielerische Methoden (z. B. Quiz, Rollenspiele), dass Teamarbeit und kritisches Hinterfragen helfen, Falschmeldungen zu entlarven.

Roter Faden

Der Rote Faden strukturiert den inhaltlichen Ablauf des Workshops in thematische Blöcke. Er dient der Orientierung in der pädagogischen Planung und ermöglicht es, unterschiedliche Schwerpunkte je nach Zielgruppe, Gruppendynamik und Zeitrahmen zu setzen.

Zeit	Ziel	Inhalt	Methode
15 Min.	Die Teilnehmenden bekommen transparent den Tagesablauf geschildert und können sich somit auf die zeitlichen Ressourcen einstellen.	Begrüßung & Vorstellung des Lernortes sowie des Workshopablaufs und der Teamenden	Flipchart mit Tagesablauf präsentieren
30 Min.	Die Teilnehmenden bekommen die Möglichkeit, die Bedingungen in ihrem Workshop mitzugestalten.	Die Teilnehmenden schreiben in Kleingruppen auf Karteikarten, was ihnen wichtig ist, damit sie gemeinsam als „Team“ funktionieren. Anschließend werden die Wünsche zusammengetragen und auf einem Flipchart als gemeinsame Regeln schriftlich festgehalten.	Aufstellen der gemeinsamen Regeln
20 Min.	Die Teilnehmenden erhalten eine Arbeitsdefinition von Fake News.	Es wird ein Film gezeigt, der über Fake News aufklärt. Mögliche Fragen zur Nachbesprechung: • In euren eigenen Worten: Was sind Fake News? • Was gehört alles dazu? • Habt ihr was neues gelernt oder wusstet ihr das alles schon?	Film zur Einführung für Fakenews + kurze Nachbesprechung
45 Min.	Die Teilnehmenden werden auf die Zusammenhänge von Überschriften und Bilder sensibilisiert.	Verschiedene Beispiel-Bilder	Bilder-Überschriften Sortierspiel
30 Min.	Die Teilnehmenden produzieren gemeinsam Fakes, um zu lernen, woran man Fakes erkennen könnte.	Vorbereitungen der Fakten und Fakes durch die Teilnehmenden	Zwei Wahrheiten/ Fakten und eine Lüge
30 Min.		Pause (Mittag)	

Zeit	Ziel	Inhalt	Methode
90 Min.	Das Stadion und das umstehende Gelände wird gemeinsam mit den Teilnehmenden erkundet.	Stadionrundgang (evtl. inklusive Bewegungsspiel – z.B. Fanclub)	Stadionrundgang
45 Min.	Die Teilnehmenden erarbeiten Strategien um Unwahrheiten zu erkennen.	Die Fakten und Fakes, die die Teilnehmenden erstellt haben.	Zwei Wahrheiten/ Fakten und eine Lüge
20 Min.	Spielerisches Lernen	Es wird ein Kahoot-Quiz zum Thema Fake News gespielt.	Kahoot-Quiz zum Thema Fake News
20 Min.	Auswertung / Reflexion des Tages	Diese erfolgt über Edkimo. Falls noch Gesprächsbedarf herrscht, bietet sich hier die Möglichkeit.	Abschluss, Feedback

Sortierspiel

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden entwickeln in Kleingruppen passende Überschriften zu einem Bild, präsentieren ihre Ergebnisse und reflektieren die Wirkung von Bild und Text.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	moderat (einmalig)
Spielzeit	15-20 Minuten
Spielfeld	großer Raum
Spielweise	in Gruppen, im Plenum
Ausrüstung	Bilder, Stifte, Zettel, Flipchart
Workshop-Phase	Themeneinstieg, Themenerarbeitung & -vertiefung

Ziele

- Verständnis für wechselseitigen Einfluss von Bild und Überschrift schärfen
- Sensibleren Blick auf Mediengestaltung im Alltag entwickeln

Vorbereitung

Passende Bilder heraussuchen und ausdrucken.

Durchführung

1. Impulsphase – Bildbetrachtung:

Ein aussagekräftiges Bild (z. B. aus dem Alltag, Medien, Sport, Geschichte oder Politik) wird projiziert oder ausgeteilt. Es sollte möglichst mehrdeutig oder interpretierbar sein, um Diskussionen zu fördern.

2. Kleingruppenarbeit – Überschriften finden:

Die Teilnehmenden bilden Kleingruppen (3–5 Personen) und überlegen sich drei passende Überschriften zum Bild. Diese können sachlich, emotional, provokativ oder kreativ sein. Ziel ist es, unterschiedliche Perspektiven sichtbar zu machen.

3. Präsentation – Austausch im Plenum:

Jede Gruppe stellt ihr Bild und die gewählten Überschriften vor. Gemeinsam wird diskutiert, welche Interpretationen entstanden sind und warum.

4. Sortierspiel – Perspektiven ordnen:

Die Überschriften aller Gruppen werden gesammelt und auf Karten geschrieben. Nun sortieren die Teilnehmenden diese nach bestimmten Kriterien: Welche Überschrift ist am neutralsten? Welche wirkt emotional? Welche könnte in einer Zeitung stehen? Welche ist provokant?

5. Auflösung – Hintergrund des Bildes:

Die tatsächliche Herkunft oder Bedeutung des Bildes wird erklärt. Dies kann z. B. ein historisches Ereignis, eine aktuelle Nachricht oder eine Szene aus dem Stadion sein.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Wie beeinflussen Bilder unsere Wahrnehmung?
- Welche Rolle spielen Sprache und Überschriften?
- Wie entstehen Vorurteile oder Missverständnisse?

Methodische Tipps

Für Gruppen, die sich mit der Aufgabe schwertun, kann es sinnvoll sein, einige vorbereitete Überschriften vorbereitet zu haben.

Zwei Fakten, eine Lüge

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden entwickeln in Kleingruppen drei Aussagen, von denen zwei wahr und eine erfunden ist, und raten anschließend gegenseitig, welche Aussage gelogen ist.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 10 Jahren
Vorbereitung	keine
Spielzeit	ca. 45 Minuten
Spielfeld	großer Raum
Spielweise	in Gruppen, im Plenum
Ausrüstung	Moderationskarten, Stifte
Workshop-Phase	Warm-up, Bindung & Kooperation, Themeneinstieg

Ziele

- Sensibilisierung für subtile Anzeichen von Desinformation und Manipulation
- Aufmerksamkeit für einen kritischen Umgang mit Information erhöhen
- Reflexion sozialen Verhaltens in kommunizierender und empfangender Rolle
- Stärkung des Gruppengefühls

Durchführung

1. Vorbereitung der Fakten und Lügen:

Die Teilnehmenden in Kleingruppen einteilen. Die Kleingruppen überlegen sich zwei Fakten und eine Lüge. Die Aussagen können sich auf persönliche Erlebnisse oder auf allgemeine (medienbezogene) Fakten beziehen.

2. Raterunde:

Die Gruppe hört sich die Aussagen an und diskutiert, welche Aussage die Lüge ist. Dabei werden Argumente ausgetauscht, Einschätzungen getroffen und ggf. Quellenwissen eingebracht.

3. Auflösung:

Die Kleingruppe löst auf, welche Aussage falsch war. Es kann erklärt werden, warum diese glaubwürdig klang und wie sie konstruiert wurde.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Warum war die Lüge glaubwürdig?
- Welche Merkmale machen eine Aussage „echt“ oder „falsch“?
- Wie kann man Fake News erkennen?
- Welche Rolle spielen Gefühle, Sprache und inhaltlicher Zusammenhang?

Methodische Tipps

- Aussagen können gezielt aus aktuellen Nachrichten oder Social Media stammen
- Die Lüge kann bewusst wie typische Fake News formuliert sein (z. B. reißerisch, emotional, ohne Quelle)
- Die Methode kann in eine vertiefende Einheit über Faktenchecks und Medienanalyse überleiten

(Kahoot-) Quiz zu Fake News

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

In einem interaktiven Quiz wird niederschwellig und spielerisch Wissen und Reflektion zum Thema Fake News vermittelt.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	20 Minuten
Spielefeld	großer Raum
Spielweise	im Plenum
Ausrüstung	Smartphones/Tablets, Beamer, Computer
Workshop-Phase	Themenerarbeitung & -vertiefung

Ziele

- Verbreitung von Fake News in der Gesellschaft reflektieren
- Unterstützungsangebote und -möglichkeiten kennenlernen

Materialien

Quiz

Vorbereitung

Die Technik muss aufgebaut und ggf. getestet werden. Hierbei ist vor allem wichtig, zu checken, wie stabil das Internet ist.

Durchführung

Alle Teilnehmenden sollen sich mit ihrem Smartphone in Kahoot einloggen und dann die jeweiligen Fragen dort beantworten. Nach jeder Frage wird kurz über den Hintergrund der Frage gesprochen.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Wo findet ihr Quellen, denen ihr vertrauen könnt?
- Welche Schlüsse können wir daraus ziehen?

Methodische Tipps

- Falls die Technik nicht funktioniert bzw. nicht genug Teilnehmende ein Smartphone zur Verfügung haben, kann das Quiz auch als analoge Positionierung zwischen Ja und Nein durchgeführt werden.
- Je nach Stand der Klasse kann das Quiz auch mit komplexeren Fragen erweitert werden.

Kahoot

Kahoot ist ein kostenloses Programm zum Erstellen und Durchführen eines Quiz. Die Fragen werden dabei zentral mittels Beamer im Raum gezeigt, die Teilnehmenden können sich über einen Zugangscode mit ihrem Smartphone einloggen und die richtige Antwort auswählen. Es kann auch in Teams gespielt werden.

www.kahoot.com

Material zur Methode „Quiz zu Fake News“

Fake News sind immer leicht zu erkennen.

Ja / Nein

Nachrichten sollte man immer überprüfen, bevor man sie teilt.

Ja / Nein

Es gibt Menschen, die absichtlich falsche Nachrichten verbreiten.

Ja / Nein

Bilder und Videos in den Nachrichten können nicht gefälscht sein.

Ja / Nein

Du kannst Fake News nur im Internet finden, nicht in Zeitungen.

Ja / Nein

Eine Nachricht von einer unabhängigen Nachrichtenseite ist meistens zuverlässig.

Ja / Nein

Es gibt Internetseiten, die helfen Fake News zu erkennen.

Ja / Nein

Modul 3: Hass im Netz

Workshopziele

Leitziel

Die Teilnehmenden setzen sich mit dem Phänomen Hate Speech und verwandten Phänomenen auseinander und erkennen diese.

Ziele des Workshops

Je nach Schwerpunktsetzung, Teilnehmer*innenorientierung und zeitlichem Rahmen können einzelne Ziele vertieft, zusammengefasst oder ausgelassen werden. So bleibt der Workshop flexibel und anpassbar an verschiedene Gruppen und Kontexte.

1. Die Teilnehmenden können Hate Speech von anderen Formen wie Mobbing oder Diskriminierungen unterscheiden.
2. Die Teilnehmenden können die Grenzen zwischen Hate Speech und Meinungsfreiheit erkennen.
3. Die Teilnehmenden können die Wirkung von Hate Speech reflektieren und erkennen, welche Folgen Hate Speech haben kann.
4. Die Teilnehmenden wissen, wie sie sich und andere schützen können und wo sie Hilfe bekommen.
5. Die Teilnehmenden entwickeln Strategien für Zivilcourage (online & offline).

Methodischer Hinweis

Wie bei allen Phänomenen, bei denen Menschen verletzt werden, ist es wichtig, mit viel Fingerspitzengefühl vorzugehen, um nicht zu retraumatisieren. Wenn ihr Beispiele aus der Sammlung hier nutzt, schaut sie euch davor auf jeden Fall nochmal gut an und wählt mit Hinblick auf die Zielgruppe aus, welche ihr verwenden wollt.

Roter Faden

Der Rote Faden strukturiert den inhaltlichen Ablauf des Workshops in thematische Blöcke. Er dient der Orientierung in der pädagogischen Planung und ermöglicht es, unterschiedliche Schwerpunkte je nach Zielgruppe, Gruppendynamik und Zeitrahmen zu setzen.

Zeit	Ziel	Inhalt	Methode
10 Min.	Die Teilnehmenden bekommen transparent den Tagesablauf geschildert und können sich somit auf die zeitlichen Ressourcen einstellen.	Begrüßung & Vorstellung des Lernortes sowie Workshopablaufs und der Teamer:innen	Analog: Flipchart mit Tagesablauf präsentieren Digital: Folie mit Tagesablauf präsentieren
15 Min.		Warm-up	Analog: Bingo Digital: Abfrage mit den Kategorien aus dem Bingo
35 Min.	Die Teilnehmenden steigen über die Auseinandersetzung mit Aussagen in das Thema ein.	„Ist das schon Hate Speech?“	Analog: Positionierung/Barometer Digital: Mentimeter-Abstimmung
15 Min.		Pause	
30 Min.	Die Teilnehmenden bekommen Informationen zu Hate Speech und Hilfsangeboten.	Hate Speech vs. Meinungsfreiheit	Analog/Digital: Theoretischer Input mit Präsentation
15 Min.	Die Teilnehmenden überprüfen ihre vorherige Positionierung noch einmal mit den neuen Informationen.	Reflexion/Benennen	Analog: Positionierung/Barometer Digital: Mentimeter-Abstimmung
15 Min.		Pause	

Zeit	Ziel	Inhalt	Methode
45 Min.	Kreativphase als Auseinandersetzung mit dem Gelernten. Was können Strategien sein, damit umzugehen und Hate Speech auf unterschiedlichen Ebenen Einhalt zu geben.	Erklärung Kreativaktion – aktives Ausprobieren	Kreativphase – Wahlmöglichkeiten Analog/Digital: • Memes (Canva) • Collage aus Zeitschriften und Broschüren • Kurzvideo • Poetry-Slam • Rap
30 Min.		Pause (Mittag)	
15 Min.	Bewegungsspiel als Aktivierung, um von der Pause zurück ins Arbeiten zu kommen.	Teamspiel-Bewegung	Aktivierungsspiel/ Warm-up
30 Min.	Die Teilnehmenden präsentieren die unterschiedlichen kreativen Ausarbeitungen ihrer Klasse	Präsentation der Ergebnisse	Analog: Ausstellung im Raum Digital: TaskCards
15 Min.		Abschluss und Feedback	Danksagung, Feedback Digital/Analog: Fünf-Finger-Feedback

Bingo

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Niedrigschwellige, spielerische Kennenlernmethode mit direktem Bezug zur Social-Media-Nutzung der Teilnehmenden.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	15 Minuten
Spielefeld	ausreichend Platz für Bewegung im Raum
Spielweise	im Plenum
Ausrüstung	kopierte Bingo-Bögen für alle Teilnehmenden, Stifte
Workshop-Phase	Willkommen & Kennenlernen, Themeneinstieg

Ziele

- Sich spielerisch kennenlernen und über Mediennutzung ins Gespräch kommen
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede in digitalen Gewohnheiten erkennen

Materialien

- Bingo-Bogen Variante 1
- Bingo-Bogen Variante 2

Durchführung

Alle bekommen einen Stift und einen Bingo-Bogen mit unterschiedlichen Feldern, in denen jeweils eine Aussage steht. Die Aufgabe ist es, eine Bingo-Reihe (horizontal, vertikal oder diagonal) mit Namen von Personen zu füllen, auf die eine Aussage auf dem Bogen zutrifft. Die Teilnehmenden bewegen sich im Raum und stellen sich Fragen. Haben sie eine Person für die Eigenschaft gefunden, schreiben sie den Namen auf das Feld. Wer als erstes eine Reihe voll hat, ruft „Bingo!“ und hat gewonnen.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- In welches Feld hätten sich viele eintragen können? In welches Feld nur wenige?
- Gab es Überraschungen?
- Was hat dich zum Schmunzeln gebracht?
- Gab es Aussagen, bei denen du dich nicht getraut hast, jemanden zu fragen?

Methodische Tipps

- Je nach Gruppe und genauem Themenzuschnitt kann es sinnvoll sein, den Bingo-Bogen anzupassen/abzuändern.
- Digitale Variante: Zu Beginn sind alle Kameras ausgeschaltet. Die Aussagen werden nacheinander vorgelesen. Trifft eine Aussage zu, schalten die Teilnehmenden ihre Kamera ein, andernfalls bleibt sie aus. So wird sichtbar, auf wen eine Aussage zutrifft.

Material zur Methode „Bingo“

Bingo-Bogen Variante 1

Finde jeweils eine Person, auf die das genannte Merkmal zutrifft. Schreibe den Namen der Person in das jeweilige Kästchen. Gewonnen hat: Wer zuerst waagerecht, senkrecht oder schräg sechs (verschiedene) Personen gefunden hat und laut „Bingo!“ ruft

Finde eine Person, die...

... eine Cringe-Story sieht und direkt an drei Leute schickt.	... schon mal random einen Kommentar geliked hat, weil er witziger war als das Video.	... schon mal versucht hat, wie ein*e Influencer*in zu reden.	... TikTok-Lives geschaut hat, die eigentlich komplett sinnlos waren.	... ohne Grund Insta geöffnet und direkt wieder geschlossen hat.
... die Meldungen einfach nicht beachtet, wie: „Du bist zu lange auf TikTok“.	... schon mal ein TikTok aufgenommen und dann drei Tage überlegt hat, es zu posten.	... ein „Follow for part 2“ gesehen aber nie Part 2 gefunden hat.	... mehrmals die eigene Story anschaut.	... „nur kurz“ durch TikTok scrollt und plötzlich ist es 23 Uhr.
... lieber Bücher liest als auf Social Media zu chillen.	... einen Gruppenchat gemutet, aber immer alles gelesen hat.	... eine App heruntergeladen hat, nur weil sie jemand auf TikTok empfohlen hat.	... schon einmal Stress mit den Eltern wegen der Bildschirmzeit hatte.	... schon mal morgens zuerst aufs Handy geschaut hat, statt aus dem Bett zu gehen.
... schon mal Insta Reels geschaut hat, obwohl man was für die Schule machen sollte.	... schon mal bei einem TikTok-Beef in den Kommentaren mitgemacht hat.	... Zehn Mal die Story checkt, ob sie schon jemand Bestimmtes gesehen hat.	... jemandem auf TikTok folgt, nur wegen dessen Aussehen.	... schon mal in der Schule im Unterricht kurz das Handy gecheckt hat.
... einen Post gelöscht hat, weil er nicht genug Likes hatte.	... einen Sound hört und sofort ein Video im Kopf hat.	... findet, die TikTok „für dich“-Seite passt zu 100% zu seiner*ihrer Stimmung.	... ein Video liked, obwohl sie es nicht komplett gesehen hat.	... schon mal beim Scrollen eingeschlafen ist.

Material zur Methode „Bingo“

Bingo-Bogen Variante 2

Finde jeweils eine Person, auf die das genannte Merkmal zutrifft. Schreibe den Namen der Person in das jeweilige Kästchen. Gewonnen hat: Wer zuerst waagerecht, senkrecht oder schräg sechs (verschiedene) Personen gefunden hat und laut „Bingo!“ ruft

Finde eine Person, die...

... mehr als 800 Follower*innen in einem sozialen Netzwerk hat.	... ein Tablet besitzt.	... TikTok hat und dort zu Hobby-Themen postet.	... mindestens zwei Konsolen besitzt.	... regelmäßig Computerspiele spielt.
... schon mal mit einer KI geredet hat.	... schon mal ein Kosmetik-Tutorial online angesehen hat.	... gerne Podcasts hört.	... schon mal gehört hat: „du bist doch süchtig“.	... schon mal Geld bei einem „kostenlosen“ Spiel ausgegeben hat.
... gerne Bücher liest.	... eine durchschnittliche wöchentliche Bildschirmzeit von mehr als sechs Stunden hat.	... schon mal eine eklige Nachricht bekommen hat.	... schon mal Stress mit den Eltern hatte wegen der Bildschirmzeit.	... ein Smart-TV hat.
... sich selbst als Influencer*in bezeichnet.	... schon mal in einem Sozialen Netzwerk beleidigt wurde.	... schon mal auf der Gamescom war.	... bei Facebook angemeldet ist.	... bei Discord angemeldet ist.
... schon mal online geflirtet hat.	... gerne Hörbücher/ Hörspiele hört.	... bei Reddit angemeldet ist.	... jeden Tag online ist.	... bei Threema, Signal oder Line ist.

(Zettel-)Barometer

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden positionieren sich zu Bildern, Aussagen oder Gegenständen auf einer Skala, schätzen deren Relevanz ein und werden so für das Thema sensibilisiert.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	30-35 Minuten
Spielefeld	großer Raum
Spielweise	im Plenum
Ausrüstung	Kreppband oder Flipchart, Beispielaussagen
Workshop-Phase	Themeneinstieg

Ziele

- Verständnis dafür schärfen, was Hate Speech ist und was nicht
- Eindruck von der Vielfältigkeit des Themas gewinnen

Materialien

Beispielaussagen

Vorbereitung

Im Raum wird eine Skala ausgelegt, zum Beispiel als Linie mit Kreppband auf dem Boden oder als Strich auf einem Flipchart-Papier. Die beiden Pole an den Enden sind „Hate Speech“ und „Kein Hate Speech“.

Zusätzlich werden Aussagen zum Einordnen benötigt, die entweder ausgedruckt oder auf einzelne Karten geschrieben sind.

Durchführung

Alle Teilnehmenden erhalten eine Aussage und überlegen, wo sie diese auf der Skala zwischen „Ja, das ist Hate Speech!“ und „Nein, das ist es nicht!“ einordnen würden. Anschließend begründen sie ihre Entscheidung kurz und legen die Aussage an der entsprechenden Stelle ab.

Auswertung/Reflexion

In der Auswertung/Reflexion sollten Beispiele herausgenommen und konkret darauf eingegangen werden, welche Personen oder Gruppen davon betroffen sind.

Mögliche Fragen zur Auswertung (nach der Durchführung)

- Fiel es euch leicht, die Aussagen einordnen?
- Ihr seid zu unterschiedlichen Ergebnissen gekommen. Das bedeutet, ihr habt die Aussagen unterschiedlich bewertet. Wie fühlt sich das für euch an?
- Was nehmen wir für den Alltag daraus mit?

Mögliche Fragen zur Auswertung (nach dem Input)

- Würdet ihr eure Beispiele nun anders einordnen? Wenn ja, wieso?
- Gibt es etwas, was ihr jetzt anders seht? Oder eine Situation, die ihr jetzt anders bewertet?

Methodische Tipps

Digitale Variante: Die Aussagen werden in Mentimeter als Skalen angelegt. Die Teilnehmenden ordnen die Aussagen auf einer Skala zwischen „Hate Speech“ und „Kein Hate Speech“ ein. Die gesammelten Ergebnisse werden eingeblendet und anschließend gemeinsam reflektiert.

Material zur Methode „(Zettel-)Barometer“

Beispielaussagen

„Meine Putzfrau ist ein Segen, obwohl sie eine Araberin ist.“

„Alle Frauen mit kurzen Röcken sind Schlampen.“

„Wenn du dich so schwul anziehst, bist du selber schuld, dass dich keiner mag.“

„Wer karierte Hemden trägt ist dumm.“

„Alle Lehrer*innen-Liebhaber sind Schmarotzer.“

„Alle Gymnasiast*innen sind spießig und verwöhnte Kinder.“

„Alle Linkshänder*innen popeln und deswegen gibt man ihnen nicht die Hand.“

„Alle Lehrer*innen haben es auf uns abgesehen und mobben uns aus der Klasse.“

„Das Mädchen soll sich mal ordentlich rannehmen lassen, damit sie auf andere Gedanken kommt.“

„Bei uns um die Ecke gibt es eine neue Unterkunft für Geflüchtete. Überall lassen sie ihren Müll liegen und sind laut. Außerdem muss man ja nachts Angst haben, dass die einen überfallen und beklauen.“

„Das sind doch alles Messerstecher, Sozialschmarotzer und Drogendealer, die das Land zu Grunde richten wollen.“

„Wenn ich wüsste, wo der Idiot wohnt, würde ich mich selbst drum kümmern. Hinfahren und ihn abstecken, ohne dass es Zeug*innen gibt.“

„Wir hätten ihm mal die Schere in die Augen stechen sollen. Wir sind so doof.“

„Ich will auch ein neues Handy. Werde ich im nächsten Leben halt Asylant*in.“

„Er ist Moslem, also unterdrückt er seine Frau.“

„Die Geflüchteten nehmen uns die Wohnungen und Arbeitsplätze weg.“

„Die bedrohen „unsere“ Frauen.“

„Die Schlampe ist doch nur beim Fußball, um sich an die Männer hier ran zu schmeißen.“

„Jeder Verein braucht schwarze Flügelspieler. Die können schneller laufen als andere.“

„Pride Month? Da hat sich doch die Homo-Lobby durchgesetzt.“

„Nun erklären uns die Rotznasen von Fridays for Future schon die Welt. Ich hätte mir nicht träumen lassen, dass ich das noch erleben muss.“

„Das Boot ist voll.“

„Die Geflüchteten müssen im Supermarkt nicht bezahlen.“

„Irgendwann wird es eh so kommen, dass man jeden hier aufnehmen muss. Dank meiner medizinischen Ausbildung wird bei mir keiner überleben.“

„Das Land braucht eine andere Regierung. Die jetzige macht doch nur Blödsinn und bereichert sich selbst.“

„Schiri, wir wissen wo dein Auto steht!“

„Alles Hunde, diese Ultras. Verboten müsste man die und wie terroristische Organisationen behandeln.“

„Frauenfußball ist wie Pferderennen mit Eseln!“ „Das taktische Spiel ist doch beim Frauenfußball nicht vorhanden. Die rennen wie die Hühner!“

„Wer Jogginganzüge trägt, hat doch die Kontrolle über sein Leben verloren!“

„Fußballfans, auch so verlorene Seelen ohne ein richtiges Hobby.“

„Die deutsche Nationalmannschaft besteht doch offensichtlich auch nur noch aus Ausländern!“

„Links ist vorbei. Wir werden wieder Politik für die Mehrheit machen. Für die, die noch alle Tassen im Schrank haben.“

Kreativarbeiten

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

Die Teilnehmenden erarbeiten kreativ mit unterschiedlichen Medien Strategien und Aufrufe gegen Hate Speech.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	moderat (einmalig)
Spielzeit	75 Minuten
Spielefeld	großer Raum
Spielweise	Einzelarbeit, in Gruppen, im Plenum
Ausrüstung	Memes: Laptop/Smartphones mit Canva-Zugang Collage: alte Zeitungen, Scheren, Klebstoff, Flipchartpapier Kurzvideo: Handy, Storyboard-Vorlage Poetry Slam & Rap: Stifte, Papier oder Computer
Workshop-Phase	Themenerarbeitung & -vertiefung

Ziele

- Auseinandersetzung mit Hate Speech und Entwicklung kreativer Antworten
- Neue kreative Ausdrucksformen kennenlernen und anwend

Materialien

Anleitungen

Vorbereitung

Es muss im Vorfeld festgelegt werden, wo welche Gruppe arbeitet und für jede Gruppe das entsprechende Material und die entsprechende Technik bereit gestellt werden. Für digitale kreative Ausarbeitungen macht es Sinn, sie auf einem Online- oder Offline-Speicher zu sammeln, damit sie dann gut nacheinander weg präsentiert werden können. Dieser Speicher muss entsprechend vorbereitet werden und gut zugänglich sein – z.B. über QR-Code oder ähnlichem.

Durchführung

Die Teamenden erklären, dass es nun darum geht, das Gelernte praktisch anzuwenden. Dafür stellen sie fünf kreative Ausdrucksformen vor (Memes, Collagen, Kurzvideos, Poetry Slam und Rap), mit denen sich die Teilnehmenden weiter mit Hate Speech auseinandersetzen.

Anschließend wählen die Teilnehmenden eine Ausdrucksform aus und haben 45 Minuten Zeit, daran kreativ zu arbeiten – je nach Format eher in Einzel- oder Gruppenarbeit.

Nach einer Pause mit kurzem Warm-up präsentieren alle ihre Ergebnisse im Plenum.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Fiel es euch leicht, zu dem Thema etwas Kreatives zu machen?
- Was hat gut funktioniert? Was nicht so?
- Werdet ihr die kreativen Ausdrucksformen irgendwann nochmal nutzen?

Methodische Tipps

- Je nach Stärken und Fähigkeiten im Team können hier auch andere Medien / kreative Ausdrucksformen mit aufgenommen oder entfernt werden. Wichtig ist, dass es genug Teamende gibt, um die Gruppen ggf. im Prozess zu begleiten. Idealerweise sind alle Gruppen so klar angeleitet, dass sie auch ohne Begleitung arbeiten können.
- Bei allen technikbasierten Methoden sollte im Vorfeld geprüft werden, ob Technik und Internet einwandfrei funktionieren. Für diese Methode ist zudem ein gutes System wichtig, um alle Medienerzeugnisse für die abschließende Präsentation zu sammeln. Dafür eignet sich zum Beispiel TaskCards (www.taskcards.de). TaskCards ist ein kostenloses Online-Programm zur Organisation von Informationen, auf dem auch Dateien hochgeladen und gespeichert werden können. TaskCards ist eine DSGVO konforme Alternative zu Programmen wie Trello.
- **Digitale Variante: Memes:** Die Teilnehmenden erstellen mit Tools wie Canva eigene Memes zum Thema Hate Speech, laden sie in TaskCards hoch und reflektieren anschließend gemeinsam die Ergebnisse und stellen sie vor.
- **Digitale Variante: Collage:** Die Teilnehmenden gestalten mit Canva eine digitale Collage und laden ihre Ergebnisse in TaskCards hoch und stellen sie vor.
- **Digitale Variante: Kurzvideo:** Die Teilnehmenden entwickeln ein Storyboard für eine kurze Videosequenz, laden sie in TaskCards hoch und stellen sie vor.
- **Digitale Variante: Poetry Slam:** Die Teilnehmenden verfassen einzeln oder in Kleingruppen kreative Texte, nehmen diese auf oder tragen sie im Video-Call vor und laden die Texte in TaskCards hoch.
- **Digitale Variante: Rap:** Die Teilnehmenden schreiben einzeln oder in Kleingruppen und vertonen einzeln einen Rap-Text, nehmen diesen auf oder tragen sie im Video-Call vor und laden die Texte in TaskCards hoch.

Material zur Methode „Kreativarbeiten“

Anleitungen

Gruppe 1: Memes

Bastelt mehrere Memes zum Thema „Hate Speech“. Die Memes sollen sich kritisch damit beschäftigen. Sie können zum Beispiel zeigen, wie man sich gegen Hate Speech wehren kann.

Dazu könnt ihr unterschiedliche Programme nutzen. Ihr könnt sie mit euren eigenen Mobiltelefonen erstellen oder ihr nutzt dazu einen Rechner. Ihr könnt zum Beispiel mit **Canva** (www.canva.com) arbeiten. Canva ist ein kostenloses Programm zur digitalen Gestaltung von Grafiken und Fotos.

Ladet die Memes herunter und speichert sie bitte in diesem Ordner:

Gruppe 2: Collage

Ihr dürft die Zeitschriften und Broschüren nutzen. Damit könnt ihr ein eigenes analoges Plakat gestalten. Ihr dürft Stifte, Klebstoff, Scheren und Aufkleber nutzen und eurer Phantasie freien Lauf lassen. Ziel ist es: 1. über Hate Speech aufzuklären, oder 2. Hilfestellung zu geben, wie man Hate Speech umgehen kann.

Das Plakat wollen wir nach der Kreativ-Phase vorstellen.

Gruppe 3: Kurzvideo

Ihr dürft euch Gedanken zu einem kleinen Videoclip machen. Dazu könnt ihr gerne die Storyboard-Vorlagen nutzen. Hierauf könnt ihr die Ideen für die Szenen eures Videoclips festhalten. Zum Beispiel könnt ihr aufschreiben, was diese Szenen erzählen sollen. Setzt euch im Text kritisch mit Hate Speech auseinander. Oder klärt darüber auf, was Hate Speech ist und wie sich Menschen dagegen wehren können. Dreht das Video mit eurem eigenen Smartphone oder dem Tablet. Anschließend ladet ihr es anschließend hier hoch:

Achtung: Euer Videoclip sollte nicht länger als 3 Minuten sein!

Gruppe 4: Poetry Slam

Erstellt einen eigenen kreativen Text, ähnlich einem **Poetry Slam**.

Ein Poetry Slam ist ein Wettbewerb. Dabei tragen Menschen selbst verfasste Texte vor, zum Beispiel Gedichte oder Erfahrungsberichte. Die Texte werden dann durch das Publikum bewertet, zum Beispiel durch Applaus. Ihr könnt einen Text allein oder mit mehreren Personen schreiben. Setzt euch im Text kritisch mit Hate Speech auseinander. Oder klärt darüber auf, was Hate Speech ist und wie sich Menschen dagegen wehren können.

Ihr könnt zur Erstellung des Textes einen Computer benutzen oder ihn auf Papier aufschreiben.

Gruppe 5: Rap

Erstellt einen eigenen kreativen Text, den ihr als **Rap-Song** vortragen könnt. Ihr könnt einen Text allein oder mit mehreren Personen schreiben. Setzt euch im Text kritisch mit Hate Speech auseinander. Oder klärt darüber auf, was Hate Speech ist und wie sich Menschen dagegen wehren können.

Ihr könnt zur Erstellung des Textes einen Computer benutzen oder ihn auf Papier aufschreiben.

Solltet ihr einen Beat für euren Song/Rap benötigen, schaut gerne auf **Pixabay.com** vorbei.

Zusatzmethode: Vier Ecken

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

In einem interaktiven Aufstellungsspiel überlegen sich die Teilnehmenden, wie sie auf bestimmte Situationen reagieren würden.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 12 Jahren
Vorbereitung	wenig
Spielzeit	20 Minuten
Spielfeld	ausreichend Platz für Bewegung im Raum
Spielweise	im Plenum
Ausrüstung	Markierungen für die Ecken A, B, C und D
Workshop-Phase	Themenerarbeitung & -vertiefung

Ziele

- Sich zu verschiedenen Situationen positionieren und Handlungsmöglichkeiten kennenlernen
- Austausch über entscheidende Faktoren bei solchen Entscheidungen ermöglichen
- Ermutigung, Zivilcourage zu zeigen

Materialien

Beispielsituationen

Vorbereitung

Die vier Ecken sollten mit den Buchstaben A bis D markiert werden, z. B. durch Zettel mit den entsprechenden Buchstaben.

Durchführung

Die Teamenden erklären, dass sie nun verschiedene Situationen vorlesen werden, zu denen sich die Teilnehmenden für eine von vier Handlungsoptionen entscheiden sollen.

Nach Verlesen der Aussage positionieren sich die Teilnehmenden in den jeweiligen Ecken. Die Teamenden fragen nun in jeder Ecke eine Person oder mehrere, was sie genau machen würden oder warum sie die Option für sich am sinnvollsten erachten.

Auswertung/Reflexion

Mögliche Fragen zur Auswertung

- Fiel es euch leicht, euch für eine der Handlungs-Möglichkeiten zu entscheiden?
- Hat euch die Verteilung der Reaktionen bei einer der Situationen überrascht?
- Was macht es schwierig, immer mutig die eigene Meinung zu sagen?

Methodische Tipps

- Für die Option „Nichts von alledem, sondern ...“ ist es immer besonders wichtig, die Teilnehmenden dort zu befragen.
- Mit gut eingespielten und fitten Gruppen kann man die Methode auch um den Punkt erweitern, dass Teilnehmende sich selbst spontan Situationen ausdenken.

Material zur Zusatzmethode „Vier Ecken“

Beispielsituationen

1. In einer WhatsApp-Klassengruppe wird ein Schüler mit ausländischem Namen beleidigt: „Typisch, dass du wieder alles kaputt machst! Geh zurück, wo du herkommst!“

- A:** Naja, solche Sachen passieren halt.
- B:** Ich schreibe: „Hört auf damit, das geht zu weit.“
- C:** Ich verlasse die Gruppe, um ein Zeichen zu setzen.
- D:** Nichts von alledem, sondern ...

2. In der Schule macht jemand Witze über ein Mädchen mit Kopftuch: „Muss sie das tragen, weil ihre Haare nicht gut aussehen? Hat wohl nen ‚Bad-Hair-Day‘.“ Alle lachen.

- A:** Ich lache mit, um nicht unangenehm aufzufallen. Ist nur ein Witz.
- B:** Ich rufe laut: „Das ist nicht witzig, das ist verletzend.“
- C:** Ich spreche später mit dem Mädchen und frage, wie es ihr geht.
- D:** Nichts von alledem, sondern ...

3. In einer Instagram-Story teilt jemand ein Meme mit dem Text: „ADHS-Kinder sind einfach nur zu faul, um sich zusammenzureißen.“

- A:** Ich schicke dem Absender eine Nachricht, dass das diskriminierend ist.
- B:** Ich teile die Story mit jemandem, weil ich’s witzig finde.
- C:** Ich ignoriere es – ist ja nicht mein Problem.
- D:** Nichts von alledem, sondern ...

4. Auf dem Schulhof wird ein Schüler ständig „schwul“ genannt, als Beleidigung.

- A:** Ich mache deutlich, dass das keine Beleidigung ist. Man sollte das Wort „Schwul“ so nicht benutzen.
- B:** Ich sage nichts – will nicht selbst zur Zielscheibe werden.
- C:** Ich gehe zur Schulsozialarbeit oder Vertrauens-Lehrer*in und melde den Vorfall.
- D:** Nichts von alledem, sondern ...

5. Bei einem Projekt sagt jemand: „Mit dem kann man eh nix anfangen, der spricht ja kaum Deutsch.“

- A:** Ich sage direkt, dass das unfair und abwertend ist.
- B:** Ich ignoriere es, um keinen Streit zu riskieren.
- C:** Ich frage die betroffene Person, ob sie mit mir arbeiten möchte.
- D:** Nichts von alledem, sondern ...

6. Im Klassenchat wird ein Mitschüler wiederholt als „Spast“ bezeichnet, wenn er Nachfragen zu den Hausaufgaben stellt.

- A:** Das ist nicht schlimm. Das Wort höre ich oft und das ist keine Beleidigung.
- B:** Ich ignoriere es. Ich will ja nicht als nächstes so bezeichnet werden oder Stress machen.
- C:** Ich frage die betroffene Person in einem anderen Chat, ob es ihr gut geht und spreche ihr Mut zu.
- D:** Ich schreibe, was das soll, und dass die beleidigende Person das lassen soll. Sonst melde ich das bei der Klassenleitung. So ein Benehmen hat ja auch Grenzen.

Fünf-Finger-Feedback

Kategorien

Inklusiv



Niedrigschwellig



Thematisch übertragbar



Bewegung



Gruppeneinschätzung



Bindung innerhalb der Gruppe



Bindung zu Teamenden



Reflexion



Kurz und knapp

In einer Runde werten die Teilnehmenden anhand der einzelnen Finger an ihren Händen den Workshop oder die Veranstaltung aus.

Auf einen Blick

Kadergröße	max. 25 Personen
Altersklasse	ab 10 Jahren
Vorbereitung	keine
Spielzeit	15–30 Minuten (abhängig von der Gruppengröße)
Spielfeld	Stuhlkreis
Spielweise	im Plenum
Ausrüstung	keine
Workshop-Phase	Feedback & Reflexion

Ziele

- Den Workshop/die Veranstaltung reflektieren
- Lernerfolge und Kritik bewusst machen und teilen
- Gemeinsam den Prozess abschließen

Materialien

Beispielsituationen

Durchführung

Die Teilnehmenden sitzen oder stehen in einem Kreis. Die*der Teamende erklärt nun, dass zum Abschluss des Workshops / der Veranstaltung eine Runde für Feedback gemacht werden soll. Dafür soll jede*r einmal die Finger der eigenen Hand durchgehen. Jeder Finger steht für eine Frage, die dafür beantwortet werden soll:

1. Daumen: Was mir gut gefallen hat, ...
2. Zeigefinger: Worauf ich hinweisen möchte, ...
3. Mittelfinger: Was ich nicht gut fand, ...
4. Ringfinger: Was ich in die Zukunft mitnehme, ...
5. Kleiner Finger: Was mir zu kurz gekommen ist,

Wichtig ist es, dass während der Runde die gegebenen Feedbacks nicht kommentiert werden.

Methodische Tipps

Es ist auch möglich, mit dem Fünf-Finger-Feedback anonymes Feedback einzuholen. In dem Fall bekommt jede*r Teilnehmende ein Blatt Papier und einen Stift. Nun paust er*sie seine*ihre Hand ab oder malt einfach eine Hand auf und schreibt zu oder in jeden Finger seine*ihre Punkte zu den Fragestellungen.

Impressum

Herausgeber

Lernort Stadion e. V.

Weserstraße 29, 10247 Berlin

Tel. +49 30 986 079 87
info@lernort-stadion.de
www.lernort-stadion.de

Aktion Mensch e. V.

Heinemannstraße 36, 53175 Bonn

Tel. +49 228 2092-0
info@aktion-mensch.de
www.aktion-mensch.de

Projektleitung & Redaktion

Ina-Marie Bargmann, Simon Walter, Katrin Rosenthal
Lykka Maibaum (Lektorat)

Workshops & Angebote inklusiv gestalten

– eine kurze Einführung

Servicestelle Jugendbeteiligung e. V.

Erarbeitung Workshop-Konzepte & Zusammenstellung Methoden

Jakob Aehnlich, Anne Geisler, Jenny Julian, Sven Kirschlager,
Barbara Paech, Leska Ruppert, Fabienne Stoppel, Dorian Weiß

V. i. S. d. P.

Anne Geisler (Vorstandsvorsitzende Lernort Stadion e. V.)
Christina Marx (Sprecherin der Aktion Mensch e. V.)

Gestaltung

Tobias Schmid, monstergroovez.com