



REAL

FAKE

#INSTAHEROES

EIN ONLINESPIEL ZU
MEDIENKOMPETENZ

HANDBUCH



#INSTAHEROES

**EIN ONLINESPIEL ZU
MEDIENKOMPETENZ**

EINLEITUNG

#Instaheroes ist ein Online-Abenteuer für Jugendliche, das auf der Plattform Instagram stattfindet. Es ist damit ein innovatives Format der politischen Medienbildung, das auch die durchführenden Fachkräfte zum Experimentieren und Weiterentwickeln einlädt. In diesem Sinne wünschen wir viel Abenteuerlust und eine große Portion Neugier!

Entstanden ist #Instaheroes im Rahmen des Projektes „Alles Glaubenssache?“ der Evangelischen Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung (et) gemeinsam mit der Initiative Creative Gaming.

Politische Medienbildung auf Instagram

Digitale Räume spielen in den Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen eine große Rolle und sind zunehmend mit verschiedenen Bereichen unseres Lebens, privaten wie öffentlichen, verschränkt. In digitalen Räumen werden unterschiedliche Perspektiven und Regeln für das Zusammenleben in unserer Gesellschaft und Demokratie verhandelt. Sie bedürfen daher einer bewussten Auseinandersetzung, um sie in unsere demokratische Gesellschaft zu integrieren, ihre Chancen zu nutzen und ihren Herausforderungen und Gefahren zu begegnen. Mit der vorliegenden Methode nehmen wir einen der wichtigsten dieser digitalen Räume in den Fokus: Instagram. Dabei hatten wir insbesondere drei Aspekte im Blick:

1. Instagram als digitaler Raum

Instagram ist ein digitaler Raum mit hoher Attraktivität für Jugendliche. Laut JIM-Studie 2022 gehört Instagram für 37% der Jugendlichen zu den drei wichtigsten Apps. Besonders attraktiv ist sie für Mädchen und ältere Jugendliche. Wie in jedem digitalen Raum haben sich auch auf Instagram bestimmte Kommunikationsformen entwickelt. In diesem Raum direkt mit Jugendlichen zu arbeiten und nicht zuletzt auch die Grenzen zu thematisieren, die Instagram selbst seinen Nutzer*innen setzt, ist für die politische Jugendbildung sehr spannend. Auf diese Weise können sich Jugendliche bewusst mit dem Medium auseinandersetzen und über verschiedene Inhalte und aktuelle Entwicklungen auf Instagram diskutieren.

2. Themen und Probleme

Die Nutzung von Instagram ermöglicht es, für Jugendliche spannende Themen und Herausforderungen aufzugreifen. Einige davon gelten in besonderer Weise für diese Plattform. Die meisten finden sich in ähnlicher Weise auch bei anderen Social-Media-Plattformen. Dazu gehören die häufig stark bearbeiteten Fotos und Videos, die Idealisierung von Aussehen und Selbstdarstellung ebenso wie Communities, die durch den Kontakt über Instagram näher zusammenrücken. Zum Alltag auf Instagram gehören auch problematische Inhalte wie Hassrede, Desinformation, Schleichwerbung, Cybermobbing und Verschwörungserzählungen. Diese Herausforderungen für unsere demokratische Gesellschaft dort zu thematisieren, wo sie Jugendlichen begegnen, ermöglicht auch, über Gegenstrategien ins Gespräch zu kommen.

3. Instagram als Unternehmen

Instagram ist ein Teil des Unternehmens Meta, eines internationalen, profitorientierten Multi-Milliarden-Konzerns, der sich (und seine Aktionäre) über das Geschäft mit der Aufmerksamkeit und den Daten seiner User finanziert. Zugleich stellt er den benannten digitalen Raum, definiert die dort geltenden Regeln, Strukturen, Grenzen und Möglichkeiten - weitgehend ohne demokratische Kontrolle. Welchen Einfluss diese Strukturen auf unser Zusammenleben haben, muss uns interessieren. Und junge Menschen sollten einen eigenen, bewussten Umgang mit diesen fremdbestimmten Strukturen entwickeln. Dafür benötigen sie Übung und Reflexionsräume, die sich auch explizit mit einzelnen Social-Media-Plattformen beschäftigen.

Neue Wege der politischen Jugendbildung

Mit #Instaheroes haben wir ein Format ins Leben gerufen, das neue Wege geht. Der Fokus bei der Entwicklung lag auf der Interaktion: Welche Möglichkeiten der Interaktion und der Kommunikation bietet Instagram? Und wie können wir sie für ein Angebot der politischen Bildung nutzen? #Instaheroes macht die Plattform zum Raum, in dem sich die Geschichte, Aktionen, Reaktionen und Interaktionen entfalten. Die Methode eignet sich dadurch besonders für Jugendliche, die selbst bereits auf Instagram unterwegs sind und die Tools und Interaktionsmöglichkeiten kennen.

Thematisch werden konkrete Inhalte, die Jugendlichen auf Instagram begegnen, aufgegriffen. Die Themen, die in diesem Online-Abenteuer vorkommen, reichen von Schleichwerbung über gefälschte Profile bis hin zu Hasskommentaren und Verschwörungserzählungen. Damit ist die Methode Ausgangspunkt, um mit Jugendlichen in den Austausch über soziales Verhalten im digitalen Raum zu treten.

#Instaheroes greift die zeitliche Logik von sozialen Medien auf und läuft in weiten Teilen asynchron ab, um die Teilnehmenden dann wieder für „Live“-Momente in einem gemeinsamen digitalen Raum zusammenzubringen. Damit erkundet das Online-Abenteuer neue Zeitformate und verbindet sie mit einem für Jugendliche zunehmend zentralen Thema: Dem sozialen und demokratischen Umgang miteinander in digitalen Welten. Wir möchten damit einen praktischen Beitrag zur Frage leisten, wie sich die politische Bildung weiterentwickeln und wie sich Medienpädagogik und politische Bildung verbinden lassen.

Für #Instaheroes haben wir auf unseren eigenen Erfahrungen mit analogen Formaten des Game-based Learning aufgebaut und uns mit der Initiative Creative Gaming einen tollen Partner für die Entwicklung einer innovativen Methode an Bord geholt. Das Ergebnis ist ein interaktives Online-Abenteuer, das sämtliche Interaktionsmöglichkeiten von Instagram nutzt, um sich mit problematischen Inhalten auf der Plattform auseinanderzusetzen. #Instaheroes ist ein Schritt in ein neues Terrain und lädt dazu ein, abgewandelt zu werden oder als Grundlage und Inspiration für eigene Projekte zu dienen. Wir sind gespannt, wie andere mit diesen Ideen weiterarbeiten und freuen uns auf den Austausch.

Unser Dank geht an die Initiative Creative Gaming für die produktive Kooperation und die Entwicklung der innovativen Methode. Wir danken dem BMFSFJ, das mit seiner Finanzierung auch innovative Entwicklungen fördert und dieses Projekt ermöglicht hat.








Ole Jantschek, Jakob Rosenow und Simone Schad-Smith

INHALT

KAPITEL 1

How to instaheroes




06

 1. #Instaheroes Was ist das?	08
 2. Hintergrund	10
 3. Setting und Überblick	12
3.1 Inhalte der einzelnen Phasen	13
3.2 Umsetzung	15
3.3 Ablauf	16
3.4 Material	16
3.5 Livesessions	16
 4. Durchführung	18
4.1 Phase 1	18
4.2 Phase 2	22
4.3 Phase 3	24
 5. Auswertungsrunde und Workshopabschluss	26
 6. Deine Rechte im Netz	28
6.1 Straftatbestände	29
6.2 Rechtliche Handhabe	30
6.3 Games zum Thema Desinformation	36
 7. Weiterführende Links, Informationen und Anlaufstellen	36

KAPITEL 2

Posting Guide

38

 1. Übersicht	39
1.1 Transfer	40
1.2 Story-Reaktionen	42
1.3 Live	43
1.4 Zeitplan	44
 2. Abfolge Phase 0	46
3. Abfolge Phase 1	47
3.1 Phasenstart	47
3.2 Meldungen	49
3.3 Meldungen / Antworten	51
3.4 Erster Kontakt	53
4. Abfolge Phase 2	56
4.1 Phasenstart	56
4.2 Doktor-Posts	58
4.3 Spurensuche	62
5. Abfolge Phase 3	66
5.1 Phasenstart	66
5.2 Quiz	67
5.3 Finale	69
 6. Auswertung	73
7. Feedbackbogen	75
8. Über das Projekt „Alles Glaubenssache?“	78
9. Leitbild der Evangelischen Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung	79
Impressum	80

Play



KAPITEL 1

HOW TO INSTAHEROES



Instahero Tiger braucht deine Hilfe!

Seit Monaten zieht Tiger durch die digitale Landschaft von Instagram und steht für das Gute ein:

- Werbung entdecken, die man nicht sofort erkennt
- Bescheid sagen, wenn Nachrichten falsch sind
- Dafür sorgen, dass alle im Netz besser miteinander umgehen

Tiger gibt alles! Seit letzter Woche grummelt es aber im Netz – irgendetwas ist faul.

 97  222  55

Mach mit bei der interaktiven Reise durch Instagram und unterstütze Tiger auf der Suche nach der Quelle des Übels!

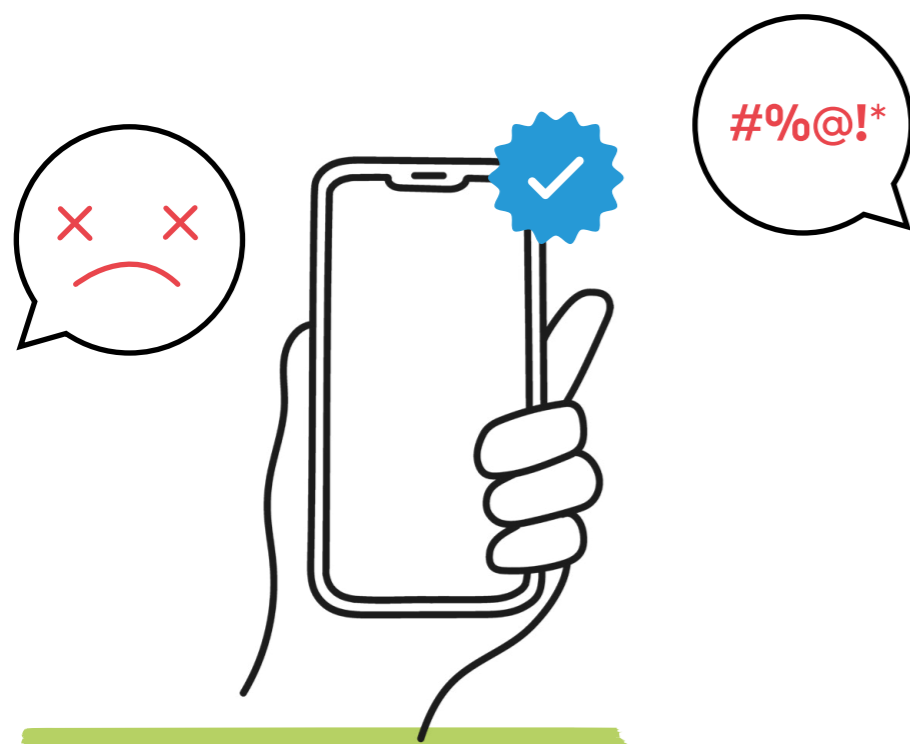


LET'S GO!

1. #INSTAHEROES WAS IST DAS?



#Instaheroes ist ein interaktives Online-Abenteuer, das von einer anschließenden Auswertung und Reflektion begleitet wird. Es wurde entwickelt, um Jugendliche spielerisch für Themen wie Hassrede und Desinformation zu sensibilisieren und sie im Umgang damit zu stärken.



WICHTIGE CHARAKTERISTIKA DES FORMATS SIND:

- #Instaheroes findet online statt.
- Einige Teile von #Instaheroes werden von den Teilnehmenden einzeln in einem bestimmten Zeitfenster gespielt (asynchron). Andere Teile werden zu fest verabredeten Zeiten zeitgleich gespielt (synchron).
- #Instaheroes ist in drei Phasen aufgeteilt, die sich über mehrere Tage verteilen lassen. Jede Phase hat einen eigenen Schwerpunkt und endet mit einer gemeinsamen (synchronen) Spielphase.
- Mit privatem Kanal und spielerischem Rahmen werden die Möglichkeiten von Instagram so genutzt, dass eine möglichst sichere Spielumgebung gewährleistet ist.
- Das Online-Abenteuer wechselt zwischen asynchronen und synchronen Spielzeiten: Vorproduzierte Inhalte werden über die jeweils festgelegte Dauer der Phase verteilt veröffentlicht – Teilnehmende nehmen die Story-Beiträge in Echtzeit wahr und interagieren mit der Hauptfigur Tiger über Instagram. In den synchronen Spielzeiten am Ende jeder der drei Phasen werden Themen vertieft.

Gut zu wissen!

Das Online-Abenteuer schafft damit einen Raum für eine unmittelbare Auseinandersetzung mit Instagram. Dabei eröffnet die Umsetzung als spielbasierte Methode und das teils asynchrone Format neue Kontexte und Einsatzmöglichkeiten. Zugleich bietet die anschließende Reflexion und Auswertung Raum verschiedene angeschnittene Themen zu vertiefen und auf konkrete Anliegen und Erfahrungen der teilnehmenden Jugendlichen einzugehen.

Am Ende haben die Jugendlichen negative und schädliche Inhalte auf Instagram kennengelernt und miteinander darüber gesprochen, wie sie damit umgehen können. Diese Handreichung dient der Durchführung des spielerischen Workshop-Formats und beinhaltet Hintergrundinformationen zu Inhalten, Themen und Abläufen. Im ersten Teil finden sich Daten zur Instagram-Nutzung von Jugendlichen, zum Aufbau sowie zur Ausrichtung des Formats. Im zweiten Teil folgt eine Übersicht nach Workshop-Phasen. Schließlich beinhaltet die Handreichung Hinweise zu rechtlichen Fragen, die im Spiel berührt werden sowie weiterführende Links zur tieferen Einarbeitung.

Im **Posting Guide** werden alle Inhalte des Spieles mit detaillierten Hinweisen zur Reihenfolge und zu notwendigen Anpassungen aufgeführt.

Ab Seite 40

2. HINTERGRUND



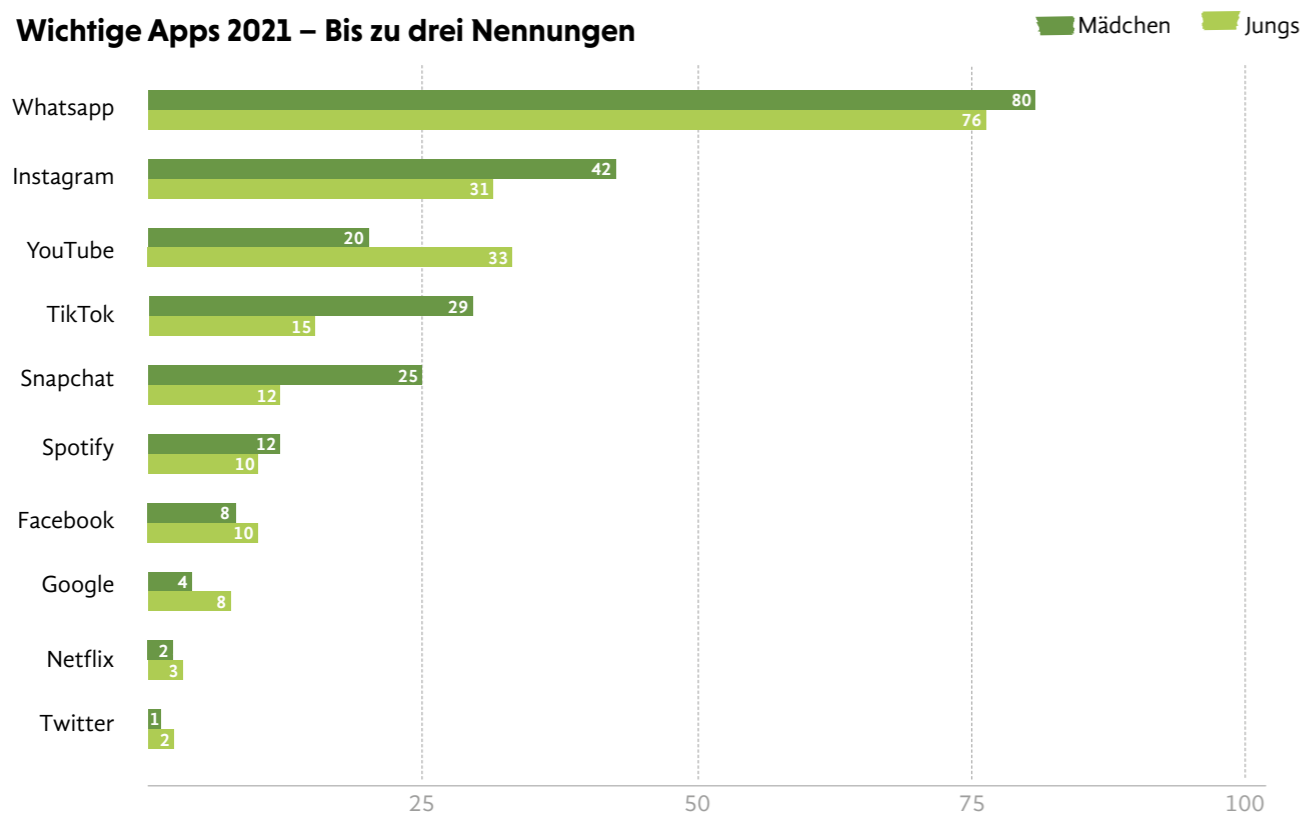
Das Workshop-Format #Instaheroes ist als Antwort auf zwei Entwicklungen entstanden: Die gestiegene Bedeutung von Instagram im Medienalltag Heranwachsender sowie die zunehmende Verbreitung von Inhalten wie Hassrede und Desinformationen.

Instagram ist eine werbefinanzierte Plattform zum Teilen von Fotos und Videos und gehört seit 2012 zum Meta-Konzern, der hinter Facebook steht. Offiziell ist die Nutzung für Menschen ab 13 Jahren erlaubt. Die Anwendung verzeichnet laut Statista monatlich über 1 Milliarde Nutzer*innen weltweit, davon sind zwei Drittel zwischen 18 und 29 Jahren alt. Täglich machen 500 Millionen Menschen weltweit von ihr Gebrauch, womit Instagram nach Facebook auf Platz 2 der meist genutzten Online-dienste weltweit rangiert. In Deutschland nutzen 25 Millionen

Menschen Instagram. Ein Blick in die JIM-Studie 2021 liefert viele wertvolle Informationen rund um die Nutzung von Instagram bei Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren. So gehört die Nutzung von Instagram für diese Altersgruppe zu einer ihrer Lieblingsbeschäftigungen mit dem Smartphone. Dabei nimmt die Nutzung an Bedeutung zu, je älter die Jugendlichen werden. Als Hauptnutzungsmotiv geben die Befragten an, dass man per Foto- oder Videodokumentation am Alltag von Menschen aus dem persönlichen Umfeld teilhaben kann.



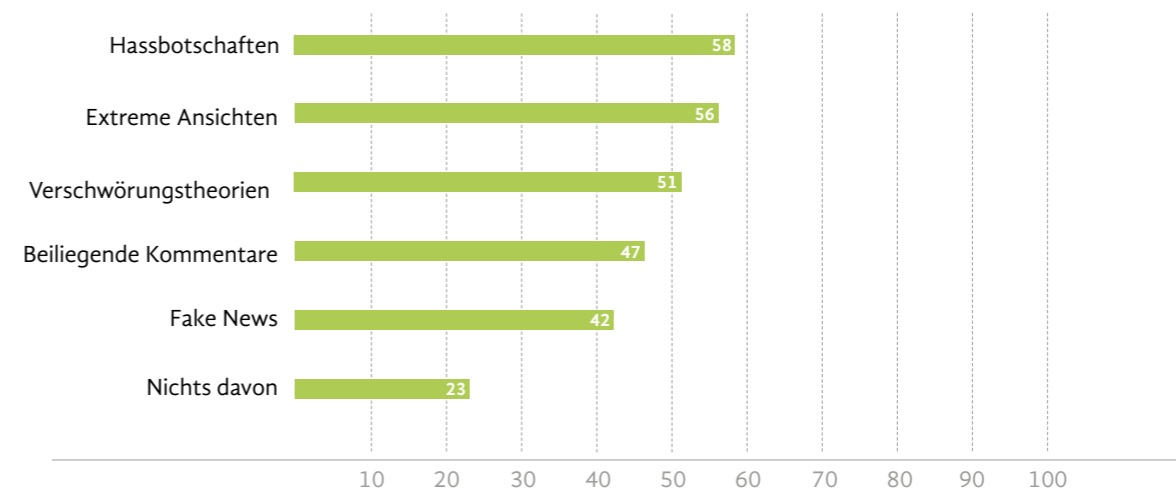
Wichtige Apps 2021 – Bis zu drei Nennungen



Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Nennung ab 3 Prozent (Gesamt) Basis: Befragte, die ein Handy/Smartphone besitzen=1.131



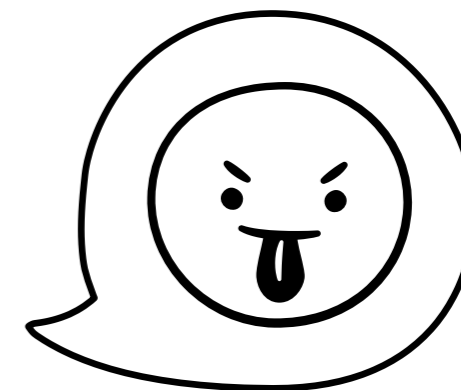
Mir sind im letzten Monat begegnet:



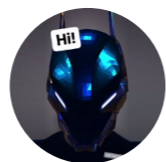
Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Im Altersverlauf nimmt neben der Bedeutung der Plattform auch die Anzahl der Follower zu: Während die 12- bis 13-Jährigen durchschnittlich 137 Follower haben, sind es bei den 18- bis 19-Jährigen 349. Dabei ist der Account bei vier von zehn Jugendlichen öffentlich.

Aufgrund gesellschaftlicher Entwicklungen wurden in der JIM-Studie von 2019 erstmals die Themenkomplexe Hassbotschaften und Desinformation berücksichtigt. Die Ergebnisse zeigen auch im Jahr 2021, dass für einen Großteil der Jugendlichen die Konfrontation mit negativen Inhalten Realität ist. Dabei sind Hassbotschaften am meisten verbreitet, aber auch extreme politische Ansichten sowie Desinformationen sind Inhalte, denen die befragten Jugendlichen begegnen. An diese Entwicklungen anknüpfend soll das Projekt #Instaheroes Jugendliche spielerisch für Themen wie Hassrede oder Desinformation sensibilisieren und sie im Umgang damit stärken.



3. SETTING UND ÜBERBLICK



Tiger



Doktor

In der Geschichte von #Instaheroes gibt es zwei wichtige Charaktere. Die Hauptfigur „Tiger“ und einen Gegenspieler, der sich „Doktor“ nennt.

Tiger ist Teil der Gruppe der Instaheroes und setzt sich für ein besseres Miteinander auf der Plattform ein. Der Doktor hingegen stellt seinen Followern Bilder und Inhalte zur Verfügung, die darauf zielen um jeden Preis ihre Reichweite zu erhöhen. Dafür bedient er sich Hassrede, Desinformationen, Schleichwerbung und anderer unlauterer Methoden.

Nachdem Tiger gemeinsam mit den Teilnehmenden auf verschiedene Posts des Doktors kritisch reagiert, sehen sie sich mit einem durch den Doktor initiierten Shitstorm konfrontiert. Die Teilnehmenden gehen der Sache genauer auf den Grund und beraten darüber, ob und in welcher Form sie den Doktor konfrontieren.

Tiger findet den Doktor in der (fiktiven) realen Welt und wird von ihm überwältigt. Die Teilnehmenden sprechen nun direkt mit dem Doktor und können ihn überzeugen, Tiger frei zu lassen. Schließlich müssen sich die Jugendlichen entscheiden, ob sie den Doktor bei der Polizei anzeigen oder darauf vertrauen, dass er sich seinem Versprechen entsprechend bessert.

Das Setting ist so angelegt, dass sich die Geschichte auf Instagram unter Einbindung mehrerer Accounts von fiktiven Charakteren abspielt. Durch den privat geschalteten und für jede Durchführung eigens angelegten Account von Tiger wird, in Ergänzung zu den technischen Einstellungen, eine von Außenstehenden geschützte Umgebung für die Durchführung geschaffen. Die Workshopdurchführung umfasst drei Phasen. Zum Ende hin wird der Plot zunehmend überzeichneter und mit der Suche nach dem Aufenthaltsort des Doktors (Phase 2) vermischen sich Realität und Fiktion stärker und eine spielerische Quest im Stil eines Adventure Games beginnt.

Dabei werden im gesamten Spielverlauf die vielfältigen Interaktionsmöglichkeiten genutzt, die Instagram bietet. So gelingt es, die Teilnehmenden zu aktivieren, mit ihnen in den Austausch zu treten und das Spielerlebnis interaktiv zu gestalten. Bei #Instaheroes gibt es:

- Stories in Echtzeit in Tigers Profil
- Regelmäßige Zusammenfassungen der gemeinsamen Aktionen in den Highlights
- Abstimmungen und Umfragen innerhalb von Tigers Stories
- Diskussionen in Posts und innerhalb privater Nachrichten

Detaillierte Informationen zu den verschiedenen Interaktionsmöglichkeiten und ihrer Verwendung innerhalb des Workshops sind im **Posting Guide** zu finden.

Hinweis Es bietet sich an, je Spielphase einen Tag einzuplanen. Je nach Planung und Kontext lässt sich das Online-Abenteuer jedoch auch in kürzeren oder längeren Formaten umsetzen. In diesem Falle werden die Beiträge mit entsprechend angepassten zeitlichen Abständen gepostet.

Ab Seite 40



3.1 INHALTE DER EINZELNEN PHASEN

#Instaheroes hat drei thematische Schwerpunkte, die nach jeder Phase wechseln. Im ersten Themenblock steht der Umgang mit problematischen Inhalten bei Instagram im Fokus, wobei auch die eigene Nutzung der App thematisiert wird. In

Phase 2 dreht sich alles um die Frage, warum Inhalte dieser Art funktionieren und welche Emotionen sie beispielsweise bei den Nutzer*innen auslösen. Im dritten und letzten Teil geht es um die Strafbarkeit sowie um die Folgen der Verbreitung solcher Beiträge:

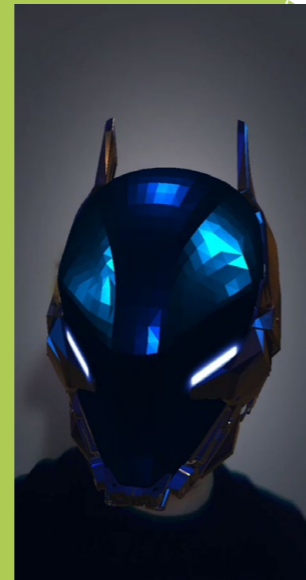
	Phase 1	Phase 2	Phase 3	Auswertung
Das passiert im Spiel	<ul style="list-style-type: none"> • Willkommen und Kennenlernen: Erfahrungen mit Instaheroes werden abgefragt • Erste merkwürdige Posts tauchen auf • Die Reaktionen von Tiger führen teils zu Erfolgen, teils zu Misserfolgen 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsequenzen für Tiger: Shitstorm, Pöbeleien • Die Posts stammen von einer wenig vertrauensvollen Influencer*innen-Webseite und sind darauf ausgerichtet, möglichst viele Klicks zu erhalten • Der Urheber wird ausfindig gemacht – aber es ist ein Code erforderlich 	<ul style="list-style-type: none"> • Der Code zur Bunkertür wird geknackt • Quiz zu rechtlichen Fragen und Konsequenzen • Tiger sucht den Doktor auf und wird von diesem überwältigt • Konfrontation des „Doktors“ mit Geschäftsmodell seiner Webseite und eigener Verantwortung auf Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbesprechung des Erlebten • Reflektion der Themen und Entscheidungen der Gruppe • Realitätsabgleich • Offenbarung der Folgen nach der Gruppenentscheidung • Feedback
Aufgaben der Teilnehmenden	<ul style="list-style-type: none"> • Entscheiden, wie Tiger auf die merkwürdigen Posts reagieren soll • Entscheiden, welchen der Akteure sie mit welcher Nachricht anschreiben wollen 	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Shitstorm gegen Tiger Hinweise suchen und sammeln, wer dahintersteckt • Sammeln, warum verschiedene Posts zu mehr Followern führen • Tiger bei Suche nach dem Doktor helfen: eine digitale Live-Schnitzeljagd 	<ul style="list-style-type: none"> • Code für Tür entschlüsseln • Quizfragen zu rechtlichen Fragen beantworten • Diskutieren mit dem Doktor. • Entscheiden, wie sie mit dem Doktor umgehen wollen, was zu unterschiedlichen Enden führt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Erfahrungen besprechen • Anspruch an Influencer*innen diskutieren • Braucht es Instaheroes? • Erlebtes auf eigene Welt und eigene Erfahrungen anwenden
Bildungsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Thema öffnen • In Welt einführen • Überblick über problematische Inhalte • Unterschiedliche Reaktionsmöglichkeiten kennenlernen: <ul style="list-style-type: none"> → Privates Anschreiben → Öffentliches Reagieren, → Beiträge melden → Posts ignorieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Sich online einzubringen kann Reaktionen hervorrufen • Problematische Inhalte erkennen und verstehen: <ul style="list-style-type: none"> → Falschnachrichten → Fälschungen von Text, Bild und Video → Verschwörungserzählungen → Hassrede und Vorurteile → Wunschwelten 	<ul style="list-style-type: none"> • Grenzen, Gesetze, Strafen und Konsequenzen kennenlernen. • Verantwortung jeder Person (alle sind Influencer) • Wie kann man Gutes und Schlechtes beeinflussen? 	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgekommenen Themen vertiefen • Offene Fragen herausarbeiten • Handlungsoptionen besprechen und festhalten • Erleben, dass es in der Gruppe verschiedene Haltungen und Erfahrungen zu den angesprochenen Themen gibt

In jeder Spielphase postet Tiger Meldungen oder Videos und ruft die Teilnehmenden zur Interaktion auf, indem z.B. um Entscheidungshilfe im Umgang mit Falschnachrichten gebeten wird, oder die Teilnehmenden Fragen zur Strafbarkeit bestimmter Inhalte in Form eines Quiz beantworten müssen.

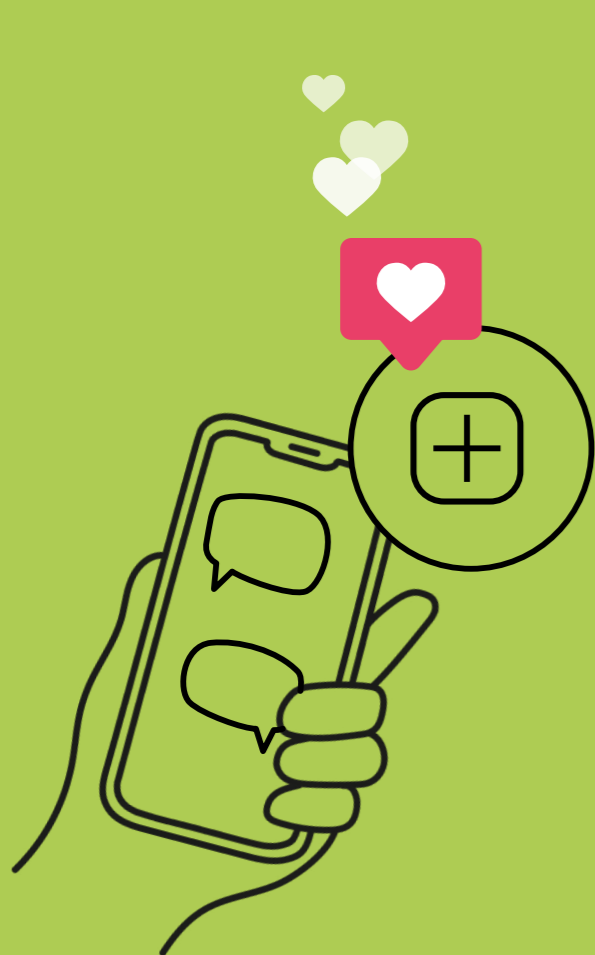
Die Themenschwerpunkte der jeweiligen Meldungen, wie z.B. Schleichwerbung, Wissenschafts-Fakes oder Verschwörungsmymen, sind dabei von realen Ereignissen inspiriert. Konkrete Inhalte wurden anonymisiert, abgeändert oder fiktiv nach-erzählt.

Zu jeder Meldung finden sich in dieser Handreichung die entsprechenden Hintergrundinformationen.

Links zu weiterführenden Informationen sowie zu Beratungsstellen sind am Ende der Handreichung zu finden.



DAS IST TIGER



3.2 UMSETZUNG

Überblick

Teilnehmende	<p>Anzahl: min. 8, max. 20 Personen Alter: ab 13 Jahren Die Teilnehmenden benötigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein Smartphone oder Tablet mit Zugriff aufs Internet, • einen Instagram-Account (eigener, Fake-Account oder von den Workshopleiter*innen gestellter Account). 	
Umfang	<p>3 Tage Workshop zzgl. Vorbereitung, alternativ: ein Tagesformat, gut anpassbar an andere Zeitpläne. Die aktive Spielzeit beläuft sich auf 30-60 Minuten pro Phase für die asynchronen Teile und auf ca. 60 Min für die synchronen Spielzeiten jeder Phase. Dazu kommt die Reflexion und Auswertung. Diese kann auch in Präsenz stattfinden und benötigt mindestens 90 Minuten. Insgesamt liegt die aktive Spielzeit damit zwischen 4,5 und 7,5 Stunden und ist stark davon abhängig, wie viel Zeit die Teilnehmenden auf die Posts und Stories in den asynchronen Spielphasen verwenden.</p>	
Spielleitung	<p>Anzahl der Personen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ideal: 3 Personen (Person 1: Rahmung und Auswertung, Person 2: Tiger (Posting und Livesession), Person 3: Doktor (+ evtl. Unterstützung beim Posting)) • Gut machbar: 2 Personen (Person 1: Rahmung und Auswertung sowie Doktor, Person 2: Tiger) • Für Fortgeschrittene: 1 Person (erfordert gute Vorbereitung und Erfahrung in der Durchführung) <p>Technik: Ein Smartphone oder Tablet für jede an der Durchführung beteiligte Person, stabiles Internet (hilfreich ist eine externe Tastatur, z.B. Bluetooth).</p>	
Vor dem Workshop	<ul style="list-style-type: none"> • Einrichtung des Ordners „Story Material“ in einer Cloud, die auf dem Handy installiert wird. Je nach Internet-Geschwindigkeit vor Ort empfiehlt es sich, die Daten vorab herunterzuladen. • Erstellung eines privaten Instagram-Profiles • Einrichtung des Profils mit Spielinhalten <p>→ detaillierte Informationen zu diesen Schritten finden sich im Posting Guide in dieser Handreichung</p>	
Zugang	<p>Vor Workshopstart müssen die Teilnehmenden den Account-Namen von dem Instagram-Account erhalten, der zum Spielen genutzt werden soll. Dann können sie eine Anfrage stellen, diesem Profil folgen zu dürfen. Dieser Schritt gewährleistet, dass ausschließlich bekannte Teilnehmende am Workshop partizipieren. Dafür müssen den Spielleiter*innen die Profilnamen der Teilnehmenden bekannt sein. Alternativ kann das Spiel mit durch die Workshopleitung bereitgestellten Accounts gespielt werden.</p>	

3.3 ABLAUF

Alle drei Phasen haben eine identische Struktur, mit der Ausnahme, dass nach dem dritten Teil abschließend noch eine Auswertungsrunde bzw. Abschlussdiskussion stattfindet. Jede Phase hat unterschiedliche Abschnitte. Im Falle einer Durchführung über drei Tage gliedert sich jeder Tag wie folgt:

		Zeit bei 3-Tage-Format
Asynchrone Spielzeit	Start Intro, Phasenziel und kleine interaktive Aufgabe	10-12 Uhr
	Hauptteil Auseinandersetzung mit Inhalt über Fragen, Auswahloptionen oder Quiz	12-15 Uhr
	Eigene Auswertung Ergebnisse des Hauptteils	15-17 Uhr
Synchrone Spielzeit	Phasenfinale LIVE Anwendung der Auswertung in einer Live-Videoübertragung. Hierfür startet die Spielleitung eine Instagram-Livesession in Tigers Account, an welchem die Spieler*innen teilnehmen und mittels Kommentarfunktion mitdiskutieren.	17-18 Uhr

3.4 MATERIAL

Das Material zur Durchführung der einzelnen Phasen ist in den entsprechend benannten Ordnern zu finden. Teils muss nur das vorbereitete Bild- oder Videomaterial hochgeladen werden, teils müssen noch kleinere interaktive Elemente auf Instagram ergänzt werden. Alle Informationen hierzu sind im **Posting Guide** zu finden.

3.5 LIVESESSIONS



In den Livesessions am Ende jeder Phase sollen die Themen der jeweiligen Phase noch einmal gemeinsam besprochen, Erlerntes und Erarbeitetes festgehalten werden. Dazu wird die Funktion „Live-Sessions“ von Instagram genutzt, bei der ein Videostream geöffnet wird. Alle Zuschauer*innen des Streams können sich über Kommentare beteiligen, die auch für die anderen Zuschauer*innen sichtbar sind. Auch eine Zuschaltung mit Video von einzelnen Teilnehmer*innen ist möglich, wenn diese darum bitten.

Die Livesessions bieten für die Spielleitung viel Gestaltungsspielraum. Daher ist im Vorfeld zu überlegen, welche Bedingungen für die Gruppe geeignet sind. Hilfreiche Überlegungen sind:

- Wie viel Widerstand von den darzustellenden Figuren verträgt die Gruppe? In den Livesessions können sowohl der Doktor als auch Tiger Positionen und Fragen stark machen, die den Teilnehmenden widerstreben. Solche Positionen müssen an die Teilnehmenden angepasst werden, damit diese argumentativ gehalten werden können.
- Wie viel Abstraktion ist angestrebt? Soll die Auseinandersetzung mit den Teilnehmenden eng an den im Online-Abenteuer verhandelten Inhalten bleiben oder sollen wo möglich Bezüge zu gesellschaftlichen Regeln und Bedeutung hergestellt werden?
- Wie sehr will ich die Teilnehmenden „auflaufen“ lassen? Lassen sich Tiger und der Doktor in ihren jeweiligen Rollen schnell von den Argumenten der Teilnehmenden überzeugen oder ruhen sie sich erst einmal auf ihrer Position aus und warten auf weitere Argumente?
- Wie viel Einsicht möchte ich in der Rolle des Doktors zeigen? #Instaheroes funktioniert nur, wenn der Doktor die Argumente der Teilnehmenden ernst nimmt. Es besteht aber Spielraum, wie schnell er sich auf ihre Argumente einlässt. Soll der Doktor sich vielleicht sogar reuig zeigen oder streitet er jede Verantwortung ab?

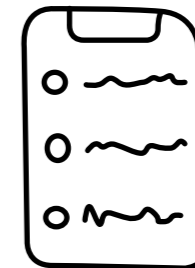
Die Livesessions haben mehrere Funktionen für das Spiel, die bereits bei der Vorbereitung Beachtung finden sollten:

- Gruppengefühl stärken
- Spieldynamik: Das Spiel lebendig werden lassen und Raum für Gruppendynamik geben.
- Konflikte und Dilemmata offenlegen bzw. den „Finger in die Wunde legen“
- Beispiel: „Der ist ja unter falschem Namen unterwegs“ → „Seid ihr immer mit Klarnamen im Internet unterwegs?“

Hinweis



Bis das Video zu den Teilnehmenden übertragen ist, vergeht bis zu einer Minute. Danach benötigen die Teilnehmenden noch Zeit, um ihre Antworten einzutippen. Es ist mitunter eine Herausforderung, mit der daraus entstehenden späten Beantwortung von Fragen umzugehen, und teilweise lassen sich Antworten nicht mehr eindeutig den Fragen zuordnen. Es ist deshalb wichtig, keine Ja-Nein-Fragen zu stellen und sich in der Gesprächsführung nicht zu abhängig von den Antworten der Teilnehmenden zu machen.



Es ist sinnvoll, sich vor jeder Livesession kurz vorzubereiten und sich einige Stichworte zusätzlich zu den Leitfäden für die Livesessions zu machen. So können die aktuellen Entwicklungen einfließen und die Livesessions an neue Einschätzungen der Gruppe angepasst werden.

Hilfreiche Fragen dafür sind:

- Was ist heute passiert?
- Was war bemerkenswert?
- Was muss unbedingt noch einmal aufgegriffen werden?
- Was sind die Ziele dieser Livesession? Worauf will ich wieviel Fokus legen?
- Wie schätze ich die Gruppendynamik ein? Wie hat sie sich verändert?
- Wie lässt sich das Gruppengefühl stärken?

4. DURCHFÜHRUNG



Die folgenden Seiten stellen eine Übersicht der Themen dar, die in den einzelnen Spielphasen zur Sprache kommen werden, und dienen der inhaltlichen Einstimmung auf #Instaheroes. Um anschließend mit dem Spiel zu beginnen, postet die Spielleitung die ersten Beiträge in den Stories des Accounts „Instahero Tiger“. Der Posting Guide bildet die korrekte Reihenfolge der einzelnen Posts ab.

Ab Seite 40

PHASE 1:

DIE ERSTEN MELDUNGEN

Phasenstart: Einleitung

Beim Phasenstart geht es darum, die Instagram-Nutzungsgewohnheiten der Teilnehmenden kennenzulernen, sie niedrigschwellig für die Durchführung von #Instaheroes zu aktivieren und mit ihnen in Interaktion zu kommen. Sie lernen Tiger kennen und erhalten erste Informationen zu Tigers Problem und der Hintergrundgeschichte. Es wird abgefragt, ob die Jugendlichen Erfahrungen mit Problemen auf Instagram haben.

- Zahlen zur Instagram-Nutzung Jugendlicher, wie z.B. der durchschnittlichen Anzahl der Follower von 12- bis 19-Jährigen, sind in der JIM-Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest¹ zu finden: <https://t1p.de/e683l>
- Hintergrundinformationen zu Instagram sowie zu möglichen Nutzungsrisiken finden sich auf der Seite von Klicksafe²: <https://t1p.de/qlhf>

Hauptteil: Meldungen

Tiger konfrontiert die Teilnehmenden mit den ersten Meldungen, die Desinformationen, Verschwörungserzählungen und Hassrede beinhalten. Tiger fragt sie nach ihrer Einschätzung und wie sie mit den Posts umgehen bzw. auf diese reagieren wollen.

Hinweis



Die Anzahl der verwendeten Posts sollte an die Gruppengröße und die Vorkenntnisse der Gruppe angepasst werden.

1 <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2019/>
 2 <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/soziale-netzwerke/instagram/>

HOW TO



Meldung 1: Wissenschafts-Fake I (Tauben-Fake-Verschwörung)



Desinformationen sind immer häufiger Teil des Internets und sorgen für immensen Gesprächsbedarf. Was passiert, wenn man Desinformationen fingiert, um daraus eine erfundene Verschwörung zu erschaffen, zeigt das Beispiel der satirischen Bewegung „Birds aren't real“.

- Es gibt in Amerika eine Bewegung namens „Birds aren't real“ mit Merchandise etc. Siehe etwa die Webseite www.birdsarentreal.com und der Instagram-Kanal³: <https://t1p.de/Oufa>
- Auf dem Instagram-Kanal finden sich noch weitere Beiträge zu diesem Fake bzw. dieser Verschwörungserzählung – unter anderem eine Erklärung, dass in der Coronapandemie Batterien der Überwachungstauben nicht getauscht werden müssen, da sie sich auf Stromleitungen aufladen. Video⁴: <https://t1p.de/lhsd>

Meldung 2: Hass im Netz



Nicht nur für Personen des öffentlichen Lebens gehört Hassrede zum traurigen Teil der täglichen Onlineroutine. Aber insbesondere Personen, die für polarisierende Bewegungen wie z. B. Fridays for Future stehen, sind verstärkt Ziel solcher Angriffe. In dieser Meldung wird am Beispiel von Greta Thunberg gezeigt, wie ein Umgang mit Hassrede aussehen kann.

- Erklärung auf Instagram von Greta Thunberg zu Hasskommentaren⁵: <https://t1p.de/awqz>
- Erklärung auf Twitter von Greta Thunberg zu Hasskommentaren⁶: <https://t1p.de/er43>
- Weitere Nachrichten dazu:
 - Brigitte⁷: <https://t1p.de/0hvg>
 - Tagesschau⁸: <https://t1p.de/rem0>
 - Volksverpetzer⁹: <https://t1p.de/q25b>

3 <https://www.instagram.com/birdsarentreal/>
 4 <https://www.instagram.com/p/B-A525GgWTd/>
 5 <https://www.instagram.com/p/BtYdkOmB0H-/>
 6 <https://twitter.com/GretaThunberg/status/1176931068349468674>
 7 <https://www.brigitte.de/aktuell/greta-thunberg-jetzt-reagiert-sie-auf-die-hasskommentare-11652704.html>
 8 <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/feindbild-greta-thunberg-101.html>
 9 <https://www.volksverpetzer.de/social-media/greta-fakes/>
 10 <https://generatestatus.com/generate-fake-instagram-post/>
 11 <https://apps.medienberatung.online/influencer/influencer/index.html#i3>

Meldung 3: Fake-Profil



Nicht nur bei Instagram ein verbreitetes Phänomen: Fake-Accounts. Die Spannweite reicht vom persönlichen Fake-Profil, um keine Daten preiszugeben, bis hin zu gefälschten Accounts von Influencer*innen und Personen des öffentlichen Lebens.

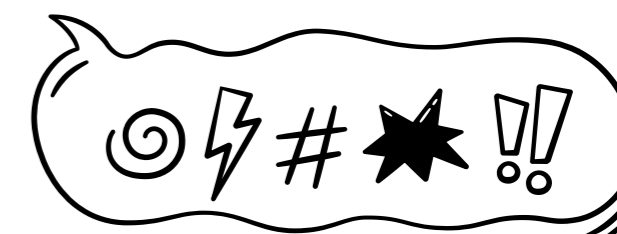
- Es gibt Webseiten wie generatestatus.com¹⁰, mit denen solche Fake-Profil erstellt werden können. Diese sollten lediglich für Späße mit Freund*innen und nicht für echte Profile auf Instagram genutzt werden: <https://t1p.de/21z4>

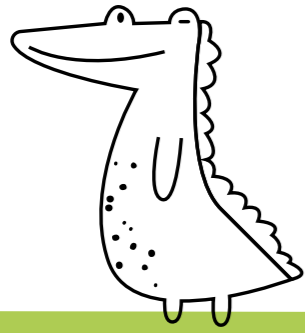
Meldung 4: Ungekennzeichnete Werbung, Influencing



Promis, Influencer*innen und Instagram-Nutzer*innen mit hoher Reichweite machen bewusst und unbewusst Werbung für verschiedene Produkte. Oftmals wird diese Produktwerbung nicht gekennzeichnet und als Schleichwerbung bezeichnet. Mittlerweile gibt es Gerichtsurteile dazu, dass Influencer*innen Werbung immer kennzeichnen müssen.

- Das Landgericht Karlsruhe hat im März 2019 im Fall der Influencerin Pamela Reif entschieden, dass eine Produktwerbung als solche gekennzeichnet werden muss. In der Begründung hieß es unter anderem „[...] Die Kennzeichnung eines solchen Instagram-Auftritts als Werbung ist nicht entbehrlich. Insbesondere ist der werbliche Charakter nicht für alle – oft jugendlichen, teilweise kindlichen – Nutzer offensichtlich.“ (Landgericht Karlsruhe, Urteil vom 21.3.2019, Aktenzeichen 13 O 38/18 KfH). Quelle¹¹: <https://t1p.de/k3pk>





Meldung 5: Wissenschafts-Fake II (Reptiloide)



Desinformationen, die wissenschaftlich verbreitet werden, können sehr abstrus sein, wie diese Meldung über sogenannte Reptiloide zeigt. Typisch für Verschwörungsmymen werden alternative, vereinfachende Erklärungen mit klaren Feindbildern für eigentlich komplexe Zusammenhänge geliefert. In diesem Fall geht es um eine vermutete Unterwanderung der Menschheit durch Echsen in Menschengestalt.

- Stuttgarter Nachrichten¹²: <https://t1p.de/4uw1>
- Mimikama¹³: <https://t1p.de/ist9>
- Bpb¹⁴: <https://t1p.de/5j2t>

Meldung 6: Datensammlung und Phishing



“Hi, so ein Account hat deine Bilder geklaut und bei sich hochgeladen“, so oder so ähnlich beginnen die Privatnachrichten, die derzeit vermehrt auf Instagram verschickt werden. Mit einem Link sollen sich die Betroffenen die angeblich geklauten Bilder anschauen können. Doch tatsächlich führt der Link zu einer gefälschten Instagram-Seite mit der Aufforderung, sich erneut mit den eigenen Zugangsdaten einzuloggen. Wenn Nutzer ihre Daten hier eingeben, erhalten Betrüger*innen Zugang zu Accounts und können diese für ihre Zwecke ausspähen und missbrauchen.

- Watchlist-internet.at¹⁵: <https://t1p.de/psfs>
- Weiterführende Informationen zu Phishing-Angriffen auf it-daily.net¹⁶: <https://t1p.de/qo7j>

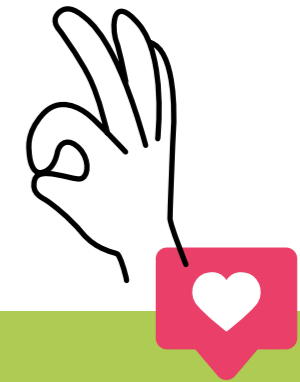
12 www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.von-mondlandung-bis-reptiloide-das-sind-die-verruecktesten-verschwuerungstheorien.073bc019-3d54-489b-a5ec-152e5fe1f87a.html

13 <https://www.mimikama.at/aktuelles/reptiloiden/>

14 <https://www.bpb.de/lernen/projekte/270412/chemtrails-und-reptiloide>

15 <https://www.watchlist-internet.at/news/achtung-auf-instagram-kursieren-betruegerische-nachrichten/>

16 <https://www.it-daily.net/it-sicherheit/cybercrime/22188-tauschend-echte-phishing-attacken-auf-instagram-accounts>



Gute Nachrichten

Tiger fordert die Teilnehmenden im Anschluss auf, ihm*ihre „gute Nachrichten“ aus dem Internet zu schicken. Quellen hierfür können sein:

- Daily Good News, Cosmo (WDR)¹⁷: <https://t1p.de/npil>
- Good News – die tägliche Dosis Optimismus, Good Impact Foundation: <https://goodnews.eu>
- Alles Gute!, Hamburger Abendblatt¹⁸: <https://t1p.de/ae4e>

Live-Finale: Abschlussdiskussion und erster Kontakt



Nützliche Hinweise für die Abschlussdiskussion (inklusive möglicher Antworten) sind im Dokument **Posting Guide** zu finden.

Im Anschluss kann eines der in Phase 1 aufgetauchten Profile, die problematische Inhalte verbreitet haben, kontaktiert werden.

Leitfragen für das Finale von Phase 1:



- Sich online einzusetzen kann anstrengend sein – wo seht ihr Gefahren?
- Was bringen Gegenrede, das Melden von Postings und Co.?
- Was wäre passiert, wenn sich die Gruppe heute anders entschieden hätte?
- Habt ihr Regeln für den Umgang mit problematischen Inhalten?
- Wann reagiert ihr oder meldet einen Beitrag?

17 <https://www1.wdr.de/radio/cosmo/magazin/specials/daily-good-news-100.html>

18 <https://www.abendblatt.de/themen/gute-nachrichten/>

PHASE 2:

AUF DER SPUR

Phasenstart: Ein Shitstorm



Die Lage spitzt sich zu: Am Morgen erfahren die Teilnehmenden als Erstes, dass Tiger Opfer von Verleumdungen wurde und die Person hinter diesen Beleidigungen zudem zu einem Shitstorm in Form von negativen Postings gegen Tiger aufgerufen hat. Die Hilfe aller Teilnehmenden ist gefragt.

Hauptteil: Posts des Doktors

Die Spuren verdichten sich und führen zu der Plattform eines „Doktors“ – die digitale Schnitzeljagd beginnt. Neben der Auflösung einer Reihe weiterer problematischer Meldungen sind die Teilnehmenden nun aufgefordert, das Rätsel um den Aufenthaltsort des Doktors zu lösen. Tiger zeigt den Teilnehmenden Beispiele von Posts, die zu möglichst vielen Likes und Followern führen sollen. Die Teilnehmenden überlegen, warum diese Posts dafür gut funktionieren könnten. Anschließend löst Tiger das mit unterstützenden Infos zu den Beispielen auf.

Auflösung Post 1: E-Auto (Stimmungsmache)



Mit dieser Meldung wird illustriert, wie mit Fake News Stimmungsmache betrieben werden kann - in dem Fall gegen Elektroautos. Weiterführende Infos: „Nein, hier ist kein Elektroauto explodiert. Und nein, dieser Vorfall fand nicht auf der A8 in Deutschland statt. Auch das Datum ist falsch. Es handelt sich um die Explosion von Gasflaschen auf einem LKW in Frankreich. – Und das bereits im September 2017.“ Quellen^{19,20}: <https://t1p.de/z9r5> und <https://t1p.de/ej5r>

Auflösung Post 2: Zitat von Politikerin (Echtheit)



Diese Meldung thematisiert vermeintliche Zitate. Die Machart des Beitrags über Margarete Bause suggeriert Echtheit, allerdings ist keine Quellenangabe zu finden. Das hier gezeigte Zitat ist frei erfunden und wurde bereits 2018 von ihr dementiert. Weiterführende Infos auf [correctiv.org](https://t1p.de/qqpj)²¹: <https://t1p.de/qqpj>

Auflösung Post 3: Verschwörung (Corona-Lüge)



Diese Meldung greift charakteristische Erzählarten von Verschwörungsmythen auf, z.B. dass nur wenige Menschen den Ernst der Lage verstehen, gleichzeitig aber Teil einer wachsenden Bewegung sind, oder dass die „Mainstream-Medien“ falsch über Ereignisse im Zusammenhang mit einem Verschwörungsmythos berichten. Im Kern geht es bei dieser Meldung zudem darum, dass mit Falschmeldungen ein Verschwörungsmythos untermauert werden soll. Das Foto, das Menschenmassen rund um den Großen Stern zeigt, stammt nicht von der Anti-Corona-Kundgebung am 1. August 2020 in Berlin, sondern von der Love Parade im Jahr 2001, an der laut Polizeiangaben 20.000 Personen teilnahmen. Weiterführende Infos auf [correctiv.org](https://t1p.de/z9jv)²²: <https://t1p.de/z9jv>

19 <https://www.mimikama.at/aktuelles/elektroauto-explodiert/>

20 https://www.lepoint.fr/societe/charente-maritime-un-camion-rempli-de-gaz-explose-sur-la-rn-10--19-09-2017-2158254_23.php

21 <https://correctiv.org/faktencheck/2020/01/31/angebliches-zitat-stammt-nicht-von-margarete-bause-von-den-gruenen/>

22 <https://correctiv.org/faktencheck/2020/08/03/zahlreiche-falschmeldungen-ueber-teilnehmerzahl-bei-anti-corona-protest-in-berlin>

HOW TO



Auflösung Post 4: Wunschdenken (Face Swap)



Mit sogenannten „Face Swaps“ (Gesichter tauschen) lassen sich jeder im Netz auffindbaren Person Worte in den Mund legen. Hierzu bedarf es entsprechender Gesichtserkennungssoftware und entsprechende Algorithmen. Diese Meldung zeigt, wie Leute mit etwas Unglaublichem gelockt werden, was letztlich auf einem Face Swap basiert. Das hier dargestellte Video ist ein sogenannter Deepfake, bei dem Barack Obama Worte in den Mund gelegt wurden, die er so nie gesagt hat. Weiterführende Infos auf [theverge.com](https://t1p.de/4m73)²³: <https://t1p.de/4m73> sowie bei [Businessinsider](https://t1p.de/40o0)²⁴: <https://t1p.de/40o0>

Auflösung Post 5: Vorurteile bestätigen



Diese Meldung greift einen weiteren Verschwörungsmythos auf und macht deutlich, wie Stimmung gegen Menschen gemacht wird, die angeblich für einen „Großen Bevölkerungsaustausch“ in die Bundesrepublik kommen bzw. gebracht werden. Der Verschwörungsmythos „Großer Austausch“ ist ein politischer Kampfbegriff und Agitationsschwerpunkt der rechtsextremen Strömung „Neue Rechte“. Weiterführende Infos bei [Weiterführende Infos bei Wikipedia](https://t1p.de/3bf3)²⁵: <https://t1p.de/3bf3>

Auflösung Post 6: Fantasiewelt



Diese Meldung verdeutlicht, wie verschwommen die Grenzen zwischen Realität und Fantasie sind. Auf den Bildern sind verschiedene Orte zu sehen, aber die Wolkenformationen sind immer dieselben. Die argentinische Reise-Influencerin [@tupisaravia](https://t1p.de/eh1h) ist sich keiner Schuld bei der Darstellung ihrer „Welt“ bewusst, sie habe ihren Followern immer offengelegt, dass sie Bilder bearbeite. Wer durch ihre Bilder scrollt, merkt schnell, dass der Himmel nicht das einzige Inszenierte ist. Weiterführende Infos bei [Netzpolitik.org](https://t1p.de/eh1h)²⁶: <https://t1p.de/eh1h>

Finale:

Diskussion und Spurensuche



Nützliche Hinweise für die Abschlussdiskussion (inkl. möglicher Antworten) sind im [Posting Guide](#) in dieser Handreichung zu finden. Dort ist die sich anschließende interaktive Video-Schnitzeljagd, in der die Teilnehmenden den Aufenthaltsort des Doktors suchen und finden, detailliert beschrieben.

Leitfragen für die Abschlussdiskussion von Phase 2:



Unter welchen Begriffen lassen sich die Inhalte der heutigen Meldungen zusammenfassen?

Wie lassen sich Unwahrheiten erkennen? Was sind für euch Erkennungsmerkmale? Habt ihr eine Checkliste im Kopf?

Was tut ihr, wenn ihr euch unsicher seid, ob eine Nachricht der Wahrheit entspricht?

Welche Phänomene der heutigen Meldungen sind euch bereits begegnet? Wie seid ihr damit umgegangen?

23 <https://www.theverge.com/tldr/2018/4/17/17247334/ai-fake-news-video-barack-obama-jordan-peele-buzzfeed>

24 <https://www.businessinsider.com/obama-deepfake-video-insulting-trump-2018-4?r=DE&IR=T>

25 https://de.wikipedia.org/wiki/Gro%C3%9fer_Austausch

26 <https://netzpolitik.org/2019/instagram-fakes-wenn-die-wolken-immer-gleich-schoen-aussehen/>

PHASE 3:

DAS FINALE

Phasenstart: Der geheime Code

Tiger möchte den Doktor direkt konfrontieren und ihn fragen, warum er so problematische Inhalte teilt. Die Spur zum „Doktor“ verdichtet sich. Die Teilnehmenden werden von Tiger aufgefordert, als erste Aufgabe der Phase einen Tür-Code zu entschlüsseln.

Hauptteil: Das Strafbarkeiten-Quiz

Für die Teilnehmenden gilt es, in einem Quiz zu den Inhalten der Meldungen der Vortage Tiger auf die Begegnung mit dem „Doktor“ vorzubereiten. Dieses lässt sich auf die individuellen Bedarfe der Gruppe anpassen. Es ist möglich, dass die Workshopleitung sich auf bestimmte Quizfragen fokussiert und gegebenenfalls einzelne Rätselstränge auslässt. Ausführliche Informationen zur allgemeinen Rechtslage und Strafen in diesem Kontext finden sich im Teil **Deine Rechte im Netz**.

1. Tauben-Fake-Verschwörung

Erinnert ihr euch noch an die Geschichte mit den Tauben und den eingebauten Kameras? Könnte der Verfasser (Peter McIndoe) dieser Fake-Verschwörung angeklagt und verurteilt werden?

Schwer vorstellbar, da es in verschiedenen Quellen klar als Satire definiert wird. Peter McIndoe wollte damit sogar auf Propaganda in der Politik hinweisen – doof nur, dass es viele wirklich glaubten. <https://hillmag.uark.edu/the-bird-man> Würde dieser Tauben-Mythos aber das öffentliche Leben stören, könnte in Deutschland zumindest das Ordnungswidrigkeitengesetz zur Geltung kommen. Es gibt dort den § 118 Belästigung der Allgemeinheit. Hier würde bei einer Verurteilung eine Geldstrafe drohen.

2. Hassrede zu Greta Thunberg

Das Grundgesetz regelt in Deutschland unter anderem die Meinungsfreiheit. Das bedeutet, dass jeder Mensch die eigene Meinung frei äußern darf. Doch inwieweit gilt das auch, wenn man etwas Schlechtes über eine andere Person sagt? Kann das eine Straftat sein? Wo beginnt die Straftat und was wäre die mögliche Strafe?

Unter Hassrede versteht man Äußerungen, die das Ziel haben, andere Personen zu verletzen, herabzusetzen oder zu verunglimpfen. Strafbare Inhalte wie etwa Beleidigungen sind nicht von der Meinungsfreiheit gedeckt – egal ob Äußerungen online oder offline getätigt werden. So kann Hassrede z.B. folgende Tatbestände des Strafgesetzbuches (StGB) erfüllen: § 111 Öffentliche Aufforderung zu Straftaten, § 130 Volksverhetzung, § 185 Beleidigung, § 186 üble Nachrede sowie § 187 Verleumdung.

Beleidigung können mit Geld- oder sogar Freiheitsstrafen von bis zu zwei Jahren, Volksverhetzung bis zu fünf Jahren geahndet werden.

3. Fake-Profil: Lena Meyer-Landrut

Dürfen wir im Internet einfach so Fake-Profil erstellen?

Ja und Nein, abhängig von Form und Zweck des Accounts. **Ja:** Wenn ich mir einen Fake-Account in einem sozialen Netzwerk erstelle, um vielleicht nicht zu viele sensible Daten über mich preiszugeben, mich dabei an allgemein gültige Gesetze sowie die AGBs des Anbieters halte. **Nein:** Baue ich mir aber ein Profil mit dem Namen einer realen Person, wie mit Lena Meyer-Landrut, kann die betroffene Person dagegen klagen. Es gibt nämlich ein „Recht am eigenen Namen“. Also merkt euch: Lieber einen FAN-Account als ein schlechtes Fake-Profil erstellen!

4. Ungekennzeichnete Werbung

Wie ist das nochmal mit den Influencer*innen ... Was kann maximal passieren, wenn man Werbung oder Anzeigen nicht kennzeichnet?

Es gibt Gerichtsurteile zu Verstößen gegen die nicht korrekte Kennzeichnung von Werbung. So wurde z.B. die Influencerin Vreni Frost dazu verurteilt, bei einer zukünftigen Zuwiderhandlung bis zu 250.000 Euro Strafe zahlen zu müssen. Und wichtig: Laut eines Urteils des Oberlandesgerichts (OLG) Celle vom 8. Juni 2017 reicht eine Kennzeichnung innerhalb mehrerer Hashtags, z.B. auch schon an zweiter Stelle, und vor allem am Ende eines Beitrages nicht aus. #ANZEIGE #WERBUNG

HOW TO



5. Wissenschafts-Fake: Reptiloiden

Das mit den Reptiloiden ist ja eindeutig Quatsch, oder? Kann das strafbar sein?

Ähnlich wie beim Tauben-Fake mit den Kameras könnten die Urheber*innen auch hier angeklagt werden. Und wer mit dem Reptiloiden-Mythos über einen anderen Menschen bewusst Unwahrheiten verbreitet, die ihn in der öffentlichen Wahrnehmung verächtlich machen können, macht sich zusätzlich wegen Verleumdung nach § 187 StGB strafbar.

Wichtig: Auch das schlichte Teilen von solchen Beiträgen kann zur Anzeige gebracht werden.

6. Datensammlung

Wer auf Phishing-Mails reinfällt, ist selbst schuld? Aber STOPP! So einfach ist das gar nicht. Phishing und andere Datenklau-Attacken sind oft sehr gut getarnt. Wer anderen Menschen solche Fallen stellt, riskiert maximal?

Wer anderen Menschen solche Fallen stellt, macht sich durch das „Ausspähen von Daten“ (§ 202a StGB) strafbar. Bei einer Verurteilung droht eine Geldstrafe oder bis zu 3 Jahren Freiheitsentzug.

Live-Finale: Konfrontation mit dem Doktor

Nach dem erfolgreichen Öffnen der Tür mit dem Code sowie einer interaktiven Story kommt Tiger in einen Kellerraum, in dem der Doktor sitzt. Tiger wird vom Doktor überrascht und überwältigt. Der Doktor nimmt das Handy von Tiger an sich und die Teilnehmenden müssen nun direkt mit dem Doktor diskutieren. Ausführliche Informationen für die Abschlussrunde (inklusive möglicher Antworten) sind im **Posting Guide** zu finden.



Leitfragen für die Abschlussrunde von Phase 3:

- Was ist an den Beiträgen des Doktors problematisch?
- Inwiefern ist das eigene Handeln bei Instagram problematisch?
- Welche Strafen erwarten den Doktor für seine Vergehen auf Instagram?
- Inwiefern macht man sich beim Teilen solcher Inhalte strafbar?

Nachdem der Doktor Tiger wieder freilässt, müssen die Teilnehmenden abschließend entscheiden, ob sie den Doktor der Polizei melden oder ob sie darauf vertrauen, dass dieser einsichtig ist. So oder so wird am Ende deutlich, wie komplex dieses Thema ist und wie schwer es sein kann, es abschließend zu lösen.

Hinweis



Auch wenn man manchmal im Graubereich sein kann – neben rein rechtlichen Konsequenzen kann das Handeln auch im „normalen“ Leben Auswirkungen haben. Jemand sieht deine Meldung, berichtet davon ... und plötzlich:

- Kündigung deiner Arbeit
- Schulverweis
- Freunde wenden sich ab
- Sperrung des Accounts

Lieber vorher überlegen, bevor man Quatsch postet oder teilt!

5. AUSWERTUNGSRUNDE UND WORKSHOPABSCHLUSS



#Instaheros wirft vielfältige Fragen auf, die aufgrund der Spieldynamik während der Durchführung nicht ausreichend reflektiert werden können. Deswegen muss das Spiel unbedingt durch eine anschließende Auswertungsrunde begleitet werden. Nach der Konfrontation gilt es sich zu entscheiden: Polizei rufen oder nicht? Mit der Abstimmung verlässt der Workshop Instagram.

Wenn die Auswertungsrunde nicht in Präsenz durchgeführt werden kann, sollte hier eine Videokonferenzsoftware (Zoom, BigBluebutton, Microsoft Teams etc.) genutzt werden.

In diesem Rahmen wird die Konfrontation besprochen und das (gewählte) Ende präsentiert. Auch der Workshop als Ganzes soll mit seinen Inhalten und der Art der Durchführung Thema sein.



LEITFRAGEN FÜR DIE AUSWERTUNG:

- ? Wie geht es euch und was ist passiert?
- ? Welche Entscheidungen habt ihr als Gruppe getroffen und warum?
- ? Welche Konsequenzen zieht ihr aus der Spiel-Erfahrung?
- ? Welches Feedback gebt ihr zum Workshop?



6. DEINE RECHTE IM NETZ §

Im Spiel #INSTAHEROES werden Abbilder von rechtswidrigen Tatbeständen unter anderem aus den Bereichen Hassrede (Hate Speech), Cybermobbing, Desinformationen („Fake News“) als auch Daten- bzw. Identitätsdiebstahl gezeigt. Nachfolgend sind jeweilige Rechtslagen bzw. Gesetze dazu aufgelistet. Die genannten Rechtsgrundlagen bilden keineswegs eine komplette juristische Beurteilung ab – sie dienen lediglich der Orientierung. Über Recht und Unrecht entscheiden am Ende Polizei, (Staats-)Anwält*innen und Richter*innen.

Die Autor*innen dieser Handreichung berufen sich hierbei nicht auf (juristische) Vollständigkeit und verweisen auf die jeweils genannten Quellen bzw. Links.

HASSREDE

Quelle: <https://t1p.de/4e3u> (Klicksafe.de²⁷)

Hassrede ist kein feststehender, juristisch definierter Begriff. Grundsätzlich darf jeder sagen, was er meint. Unser Rechtssystem stellt nämlich die Meinungsfreiheit unter den verfassungsrechtlichen Schutz des Artikels 5 Absatz 1 Grundgesetz (GG) und räumt diesem Recht damit höchsten Rang ein. Darunter fallen nicht nur Werturteile, sondern auch wahre Tatsachenbehauptungen, soweit sie zur Meinungsbildung dienen können.

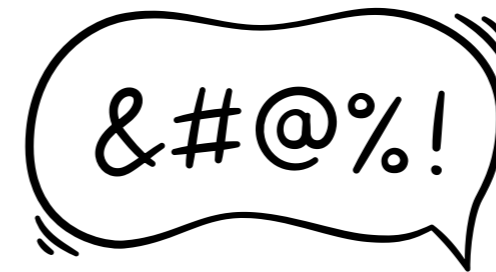
Unwahre Tatsachenbehauptungen sind vom Schutz des Artikels 5 Absatz 1 GG nicht erfasst. Das Recht zur freien Meinungsäußerung gilt nicht uneingeschränkt: Wird die Menschenwürde tangiert, das Persönlichkeitsrecht verletzt oder herabwürdigende Schmähkritik geäußert, können Betroffene dagegen rechtlich vorgehen. Das Recht zur freien Meinungsäußerung tritt außerdem zurück, wenn durch die Kritik Strafrechtsnormen erfüllt werden. Gleiches gilt, wenn Bestimmungen zum Schutze der Jugend verletzt werden.

Artikel 5 GG: Meinungsfreiheit §

(1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

(2) Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

²⁷ <https://www.klicksafe.de/themen/problematische-inhalte/hate-speech/rechtslage/>



STRAFTATBESTÄNDE

Strafbare Inhalte wie Verleumdungen, Beleidigungen und Volksverhetzung sind nicht von der Meinungsfreiheit gedeckt – egal ob Äußerungen online oder offline getätigt werden. So kann Hassrede z.B. folgende Tatbestände des Strafgesetzbuches (StGB) erfüllen: § 111 Öffentliche Aufforderung zu Straftaten, § 130 Volksverhetzung, § 185 Beleidigung, § 186 üble Nachrede, § 187 Verleumdung.

Beispiele:



Beleidigung nach § 185 StGB

„Du blödes Arschloch, lern denken!“



Volksverhetzung nach § 130 StGB

Der Tatbestand der Volksverhetzung kommt zum Tragen, wenn jemand gegen eine Person oder Personengruppe aufgrund deren Zugehörigkeit zu einer Volksgruppe oder Religion in einer Weise zum Hass aufstachelt oder zur Gewalt aufruft, die geeignet ist, den öffentlichen Frieden zu stören.

Beispiele für rassistische Posts, deren Verfasser*innen wegen Volksverhetzung zu Geldstrafen verurteilt wurden:

„Ich bin dafür, dass wir die Gaskammern wieder öffnen und die ganze Brut da reinstecken.“

– 4.800 € Geldstrafe – AG Tiergarten Berlin Az. 259 Cs 218/15

„I hätt nu a Gasflasche und a Handgranate rumliegen [...].“

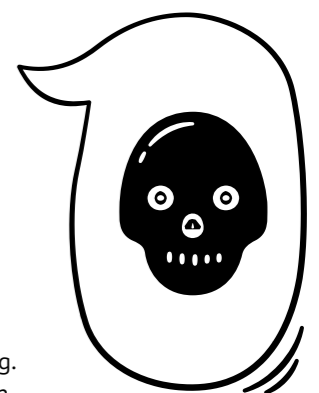
– 7.500 € Geldstrafe – AG Passau Az. 4 Ds 32 Js 12766/14

Allerdings erfüllt nicht jeder rassistische Kommentar gleich den Tatbestand der Volksverhetzung. Damit die Gerichte einen Kommentar als volksverhetzend einstufen können, muss eine Öffentlichkeit gegeben sein. Es macht also einen Unterschied, ob eine Äußerung in privater Stammtischrunde getätigt wird oder in den sozialen Medien. Gerade über das Internet ist die Öffentlichkeit und damit die Prangerwirkung groß.

Hinweis



Wir drucken diese Beispiele hier als Hintergrund ab, empfehlen aber zugleich, die rot markierten Sätze nicht vor Jugendlichen zu reproduzieren.





RECHTLICHE HANDHABE

Was kann die Folge eines Hate-Speech-Kommentars sein?

- Private Unterlassungsaufforderung
- Außergerichtliche Abmahnung mit strafbewehrter Unterlassungserklärung, ggf. per Anwaltsschreiben
- Zivilrechtliche Unterlassungsklage und / oder Verurteilung zu Schadensersatz, eventuell sogar Schmerzensgeld
- Löschung des Kommentars auf der Plattform
- Übernahme von Gerichtskosten und von gegnerischen Anwaltskosten
- Strafanzeige / strafrechtliche Verurteilung zur Geldstrafe oder Freiheitsstrafe
- Kündigung des Arbeitsverhältnisses
- Zeitweiser oder dauerhafter Schulverweis / Suspendierung



Wie kann ich die Verfasser*innen ermitteln?

Gehetzt wird im Internet häufig unverhohlen mit Realnamen, Wohnort- oder Arbeitgeberadresse. Selbst die Anonymität durch Nicknamen schützt nicht vor Rechtsverfolgung. Fast immer hinterlassen die Verfasser*innen Spuren (IP-Adresse, Namensoffenlegung und Fotos in sozialen Netzwerken), die eine Identifizierung nachträglich ermöglichen.

Welche Schritte kann ich als Betroffene*r unternehmen?

Richtet sich der Hasskommentar gegen einen selbst, sollten sich Betroffene im ersten Schritt an den Anbieter der Plattform (z.B. Facebook) wenden und diesen zur Löschung des Kommentars auffordern.²⁸ Außerdem sind rechtliche Möglichkeiten in Erwägung zu ziehen. Die Verfasser*innen können sowohl zivilrechtlich als auch strafrechtlich belangt werden. Bei gravierenden Hate-Speech-Kommentaren bietet sich eine Strafanzeige an. Zuständig sind die Polizei und die Staatsanwaltschaft. Es gibt auch die Möglichkeit der anonymen Anzeige.

Verstöße gegen Jugendschutzbestimmungen melden.

Jugendgefährdende Inhalte können den beiden Hotlines jugendschutz.net und der internetbeschwerdestelle.de sowie bei www.hass-im-netz.info/melden gemeldet werden.

Netzwerkdurchsetzungsgesetz

Um Anbieter sozialer Netzwerke zu einer zügigeren und umfassenderen Bearbeitung von Beschwerden über Hasskriminalität und andere strafbare Inhalte anzuhalten, ist am 1. Oktober 2017 das Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz, kurz: NetzDG) in Kraft getreten. Plattformanbieter wie Twitter, Facebook und YouTube sind seitdem unter anderem dazu verpflichtet, „offensichtlich strafbare Inhalte“ innerhalb von 24 Stunden nach Eingang der Beschwerde zu entfernen oder zu sperren.

Kommen die Betreiber*innen ihren Pflichten systematisch nicht nach, drohen ihnen hohe Bußgelder. Mehr Informationen zum NetzDG gibt es unter: www.bmjv.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_node

²⁸ Wie kann man problematische Inhalte auf Facebook melden?: <https://t1p.de/cuui> <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/facebook/facebook-wie-kann-man-problematische-inhalte-melden/>

²⁹ <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-mobbing/was-sagt-das-gesetz/>

CYBERMOBBING

Quelle: <https://t1p.de/j1nl> (Klicksafe.de²⁹)

In Deutschland existiert zwar kein spezielles „Mobbing-Gesetz“ oder gar „Cybermobbing-Gesetz“, aber es ist möglich, gegen einzelne, strafrechtlich relevante Tatbestände vorzugehen. Cybermobbing-Prozesse vereinigen oft einzelne Straftatbestände wie Beleidigung, Verleumdung, Erpressung / Nötigung oder die Verbreitung von Bildern und Videos ohne Erlaubnis, die in ihrer Kombination weitreichende strafrechtliche Folgen nach sich ziehen.

Die folgende Übersicht zeigt, welche Gesetze bei Cybermobbing relevant sein können. Zum Teil sind das die gleichen Gesetze, die auch bei Hassrede und anderen Bereichen relevant sind:

§ 107c Strafgesetzbuch (StGB): Fortdauernde Belästigung im Wege einer Telekommunikation oder eines Computersystems

(1) Wer im Wege einer Telekommunikation oder unter Verwendung eines Computersystems in einer Weise, die geeignet ist, eine Person in ihrer Lebensführung unzumutbar zu beeinträchtigen, 1. eine strafbare Handlung gegen die Ehre einer Person für eine größere Zahl von Menschen für eine längere Zeit wahrnehmbar begeht oder 2. eine Tatsache oder Bildaufnahme des höchstpersönlichen Lebensbereiches einer Person ohne deren Zustimmung für eine größere Zahl von Menschen für eine längere Zeit wahrnehmbar macht, ist mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bis zu 720 Tagessätzen zu bestrafen.

(2) Hat die Tat den Selbstmord oder einen Selbstmordversuch der im Sinn des Absatzes 1 verletzten Person zur Folge, begeht der Täter innerhalb eines ein Jahr übersteigenden Zeitraums fortgesetzt gegen die verletzte Person gerichtete Tathandlungen im Sinne des Absatzes 1 oder übersteigt die Dauer der Wahrnehmbarkeit nach Absatz 1 ein Jahr, so ist der Täter mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren zu bestrafen.

Da das Thema Cybermobbing abhängig vom konkreten Umfang und der Art der Übergriffe verschiedene Bereiche des Privatlebens betrifft, können darüber hinaus auch weitere Gesetze des Strafgesetzbuchs angewendet werden.

§ 185 Strafgesetzbuch (StGB): Beleidigung

Die Beleidigung wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe und, wenn die Beleidigung öffentlich, in einer Versammlung, durch Verbreiten eines Inhalts (§ 11 Absatz 3) oder mittels einer Tätlichkeit begangen wird, mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

§ 186 Strafgesetzbuch (StGB): Üble Nachrede

Wer in Beziehung auf einen anderen eine Tatsache behauptet oder verbreitet, welche denselben verächtlich zu machen oder in der öffentlichen Meinung herabzuwürdigen geeignet ist, wird, wenn nicht diese Tatsache erweislich wahr ist, mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe und, wenn die Tat öffentlich oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Absatz 3) begangen ist, mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

§ 187 Strafgesetzbuch (StGB): Verleumdung

Wer wider besseres Wissen in Beziehung auf einen anderen eine unwahre Tatsache behauptet oder verbreitet, welche denselben verächtlich zu machen oder in der öffentlichen Meinung herabzuwürdigen oder dessen Kredit zu gefährden geeignet ist, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe und, wenn die Tat öffentlich, in einer Versammlung oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Absatz 3) begangen ist, mit Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

§ 238 Strafgesetzbuch (StGB): Nachstellung

(1) Mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe wird bestraft, wer einer anderen Person in einer Weise unbefugt nachstellt, die geeignet ist, deren Lebensgestaltung schwerwiegend zu beeinträchtigen, indem er beharrlich

1. seine räumliche Nähe aufsucht,
2. unter Verwendung von Telekommunikationsmitteln oder sonstigen Mitteln der Kommunikation oder über Dritte Kontakt zu ihm herzustellen versucht,
3. unter missbräuchlicher Verwendung von personenbezogenen Daten dieser Person
 - a. Bestellungen von Waren oder Dienstleistungen für ihn aufgibt oder
 - b. Dritte veranlasst, mit diesem Kontakt aufzunehmen,
4. Ihn mit der Verletzung von Leben, körperlicher Unversehrtheit, Gesundheit oder Freiheit seiner selbst oder einer ihm nahe stehenden Person bedroht oder
5. eine andere vergleichbare Handlung vornimmt.

(2) Auf Freiheitsstrafe von drei Monaten bis zu fünf Jahren ist zu erkennen, wenn der Täter das Opfer, einen Angehörigen des Opfers oder eine andere dem Opfer nahe stehende Person durch die Tat in die Gefahr des Todes oder einer schweren Gesundheitsschädigung bringt.

§ 22 KUG/KunstUrhG: Recht am eigenen Bild

Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden ... Das Recht am eigenen Bild oder Bildnisrecht ist eine besondere Ausprägung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Es besagt, dass jeder Mensch grundsätzlich selbst darüber bestimmen darf, ob überhaupt und in welchem Zusammenhang Bilder von ihm veröffentlicht werden.



§ 201 Strafgesetzbuch (StGB): Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes

Wer von einer anderen Person unerlaubt Tonaufnahmen herstellt, z.B. von einem Vortrag, der nur für einen kleinen Personenkreis – die Klasse – gedacht war, und diese Aufnahme verbreitet, macht sich strafbar.

§ 201a Strafgesetzbuch (StGB): Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen

Wer eine andere Person in deren Wohnung oder in einer intimen Umgebung, wie etwa in der Dusche, in der Toilette, der Umkleide etc. heimlich fotografiert oder filmt, macht sich strafbar. Ebenso ist die Verbreitung solcher Aufnahmen strafbar.

§ 240 & § 241 Strafgesetzbuch (StGB): Nötigung & Bedrohung

Wer einer anderen Person mit Gewalt oder anderweitigem Schaden droht, sofern diese einer Forderung nicht nachkommt, etwas zu tun, etwas zu unterlassen etc., macht sich strafbar.

Die Äußerung muss dann geeignet sein, Betroffene verächtlich zu machen oder in der öffentlichen Meinung herabzusetzen. Das muss im Einzelfall geprüft werden. Voraussetzung ist außerdem, dass jemand bewusst die Unwahrheit sagt oder dies im Fall der üblen Nachrede bewusst riskiert.

- Wegen Beleidigung nach § 185 StGB macht sich strafbar, wer einen anderen durch eine Äußerung oder Handlung herabwürdigt. In der beleidigenden Äußerung oder Handlung liegt eine Meinungskundgabe, es geht nicht um die Behauptung von Tatsachen. Das Strafmaß sieht eine Geldstrafe oder Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren vor.
- Wer über einen anderen Menschen Tatsachen behauptet, die ihn in der öffentlichen Meinung herabwürdigen können, kann sich wegen übler Nachrede nach § 186 StGB strafbar machen, wenn er die Tatsachen nicht beweisen kann. Hier ist ein Strafmaß von maximal einem Jahr Freiheitsstrafe vorgesehen.
- Wer über einen anderen Menschen bewusst unwahre Tatsachen behauptet, die ihn in der öffentlichen Wahrnehmung verächtlich machen können, macht sich wegen Verleumdung nach § 187 StGB strafbar. Das Strafmaß beträgt Geldstrafe oder bis zu zwei Jahren Freiheitsstrafe. § 188 StGB stellt die üble Nachrede und Verleumdung gegen Personen des politischen Lebens unter eine besondere Strafe – hier ist eine Freiheitsstrafe von drei Monaten bis fünf Jahren vorgesehen.

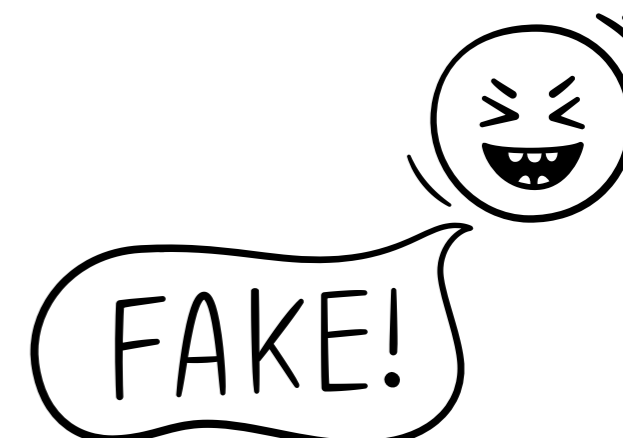
In der Praxis stellt sich bei Meldungen im Internet häufig das Problem, dass Verfasser*innen von Desinformationen nicht identifiziert und kontaktiert werden können. Eine Strafanzeige kann dann nur gegen „unbekannt“ gestellt werden, die Strafverfolgungsbehörden müssen bei erfolgloser Suche nach dem Autor oder der Autorin ihre Ermittlungen einstellen.

DESINFORMATION

Strafbarkeit von Falschmeldungen

Quelle: <https://t1p.de/s0st> (Bundestag.de³⁰)

Für die Strafbarkeit muss unterschieden werden zwischen Behauptungen über Menschen und allgemeinen Falschnachrichten. Die Veröffentlichung von allgemeinen Falschnachrichten ohne Bezug zu einer bestimmten Person oder Personengruppe („Der Eurokurs ist heute Nacht abgestürzt“) ist grundsätzlich nicht strafbar. (Eine eng gefasste Ausnahme stellt die Leugnung des Holocausts nach § 130 Absatz 3 und 4 StGB unter Strafe – auch hier geht es jedoch um den Ehrenschatz der Opfer.) Die Straftatbestände der Beleidigung, Verleumdung und üblen Nachrede (§§ 185ff. StGB) können nur dann erfüllt sein, wenn Menschen verunglimpft oder verleumdet werden.



30 <https://www.bundestag.de/resource/blob/502158/99feb7f3b7fd1721ab4ea631d8779247/wd-10-003-17-pdf-data.pdf>

ZIVILRECHTLICHE ANSPRÜCHE AUF LÖSCHUNG, BERICHTIGUNG UND UNTERLASSUNG

Durch Strafverfolgung kann jemand für eine Falschnachricht zur Verantwortung gezogen werden – damit ist die Nachricht jedoch noch nicht beseitigt. Hierfür müssen Betroffene einen zivilrechtlichen Anspruch auf Löschung, Berichtigung oder Unterlassung einer Nachricht geltend machen.

Die Ansprüche auf Löschung, Berichtigung oder Unterlassung einer Nachricht sind nicht explizit geregelt, sondern wurden von den Gerichten aus allgemeinen Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) entwickelt.

Der Berichtigungsanspruch wird analog auf den allgemeinen Schadensersatzanspruch nach § 823 Absatz 1 BGB und den Beseitigungsanspruch nach § 1004 Absatz 1 Satz 2 BGB gestützt. Art und Umfang des Schadensersatzes bestimmt sich nach § 249 Absatz 1 BGB. Die betroffene Person muss darlegen, dass die behauptete Tatsache unwahr ist und dass sie durch die Behauptung in ihrem allgemeinen Persönlichkeitsrecht (APR) beeinträchtigt ist.

Der Lösungsanspruch wird ebenfalls auf §§ 823 Absatz 1, 1004 Absatz 1 Satz 2 BGB gestützt. Wenn dies notwendig ist, um die fortdauernde Rufbeeinträchtigung zu beenden, kann die betroffene Person den Autor oder die Autorin auf Löschung der rechtswidrigen Behauptung im Internet in Anspruch nehmen.

Gleichzeitig mit einem Anspruch auf Löschung oder Berichtigung einer bereits veröffentlichten Nachricht kann die betroffene Person nach § 823 in Verbindung mit § 1004 BGB analog eine Erklärung des/der Verantwortlichen verlangen, dass er/sie derartige Nachrichten auch in Zukunft unterlassen werde (Unterlassungsanspruch). Bei Zuwiderhandlung muss der/die Verantwortliche im Sinne des Presserechts eine Vertragsstrafe zahlen.

Auch bei allen zivilrechtlichen Ansprüchen stellt sich häufig das Problem, dass der/die Verfasser/die Verfasserin der falschen Nachricht nicht identifizierbar ist und daher keine Ansprüche gegen ihn/sie gerichtet werden können. Wenn eine falsche Nachricht auf einem Portal veröffentlicht wird, muss also gegebenenfalls der/die Betreiber/die Betreiberin des Portals kontaktiert werden, auf dem die Meldung veröffentlicht wurde. Er/Sie wird aufgefordert, den Beitrag zu löschen oder die Weiterverbreitung zu unterbinden.

31 <http://www.medienrecht-ratgeber.de/medienrecht/recht-am-eigenen-namen/recht-am-eigenen-namen.html>
32 <https://apps.medienberatung.online/influencer/influencer/index.html#13>

FAKE-PROFIL

Recht am eigenen Namen

Quelle: <https://t1p.de/gdqy> (Medienrecht-Ratgeber.de³¹)

Ebenso wie das Recht am eigenen Bild ist auch das Recht am eigenen Namen Teil des geschützten allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Einfachgesetzlich geregelt ist das Recht am eigenen Namen in § 12 BGB (Bürgerliches Gesetzbuch).

§ 12 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB): Namensrecht

Wird das Recht zum Gebrauch eines Namens dem Berechtigten von einem anderen bestritten oder wird das Interesse des Berechtigten dadurch verletzt, dass ein anderer unbefugt den gleichen Namen gebraucht, so kann der Berechtigte von dem anderen Beseitigung der Beeinträchtigung verlangen. Sind weitere Beeinträchtigungen zu besorgen, so kann er auf Unterlassung klagen.

Auf den Namensschutz des BGB können sich nicht nur natürliche Personen berufen, sondern auch Vereine, Parteien und andere juristische Personen.

Wettbewerbsverstöße im Internet (Schleichwerbung)

Quelle: <https://t1p.de/k3pk> (Medienberatung.online³²)

Im März 2019 hatte das Landesgericht Karlsruhe einen Fall zu verhandeln, in dem es um Pamela Reifs Umgang mit der Kennzeichnung von Werbung auf ihrem Instagram-Account ging. Geklagt hatte der „Verband sozialer Wettbewerb“. Klagegrund waren drei Fotos von Pamela Reif, auf denen ihre Kleidung mit sogenannten Tags versehen war. Wer auf die Kleidung im Foto tippte, bekam eine Einblendung mit einem Link, der zum Instagram-Account der Kleidungs-Marke führte.

Pamela Reif hatte kein Geld von den Firmen für die Links bekommen und sie auch nicht als Werbung gekennzeichnet. Sie argumentierte, dass sie mit den Links nur erwartbare Fragen ihrer Follower („Tolles Kleid, woher hast du das?“) im Voraus beantworten wollte. Die Fotos seien keine Werbung, sondern eine private Empfehlung gewesen.

LG Karlsruhe Urteil vom 21.3.2019, 13 O 38/18 KfH

Quelle: <https://t1p.de/alck> (Juris.de³³)

Wettbewerbsverstoß im Internet: Instagram-Post als geschäftliche Handlung; Schleichwerbung durch „Taggen“ von Fotos ohne Werbekennzeichnung

Leitsätze

„1. Ein Instagram-Post, bei dem in das Foto eingebettete Tags mit Marken-Herstellerseiten verlinkt sind, stellt eine geschäftliche Handlung im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG dar. Durch sie fördert der/die Betreibende des Accounts - i.d.R. ein*e sog. Influencer*in – die beworbenen Unternehmen ebenso wie sein eigenes, auf Werbeeinheiten zielendes Unternehmen.“

2. Die Kennzeichnung eines solchen Instagram-Auftritts als Werbung ist nicht entbehrlich. Insbesondere ist der werbliche Charakter nicht für alle – oft jugendlichen, teilweise kindlichen – Nutzer*innen offensichtlich. Dies gilt umso mehr, als es das Geschäftsmodell von Influencer*innen darstellt, (scheinbar) private mit kommerziellen Posts zu mischen.“



33 http://lrw.juris.de/cgi-bin/laender_rechtsprechung/document.py?Gericht=bw&Art=en&Datum=2019-3&nr=27294&pos=0&anz=22
34 <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Datendiebstahl&oldid=199464062>

Datendiebstahl

Quelle: <https://t1p.de/naao> (Wikipedia.org³⁴)

In Deutschland ist das Ausspähen von Daten gemäß § 202a Strafgesetzbuch (StGB) strafbar. In der 1986 in Kraft getretenen Fassung stellte der Gesetzgeber die unberechtigte Verschaffung von Daten als Ausspähen von Daten unter Strafe. Diese Bestimmung betrifft nur Daten, die elektronisch, magnetisch oder sonst nicht wahrnehmbar gespeichert sind. Tatbestandsvoraussetzung ist danach, dass ein*e Täter*in nicht für ihn*sie bestimmte – und gegen den unberechtigten Zugriff besonders geschützte – Daten in seine*ihre Verfügungsgewalt gebracht hat.[7] Damit ist nicht jeder unberechtigte Zugriff auf ein Computersystem allgemein, sondern nur in Verbindung mit dem Ausspähen von Daten strafbar.

Auch das Vorbereiten der Tat ist strafbar, also zum Beispiel das Beschaffen einer entsprechenden Software.

§ 202a Strafgesetzbuch (StGB): Ausspähen von Daten

(1) Wer unbefugt sich oder einem anderen Zugang zu Daten, die nicht für ihn bestimmt und die gegen unberechtigten Zugang besonders gesichert sind, unter Überwindung der Zugangssicherung verschafft, wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

(2) Daten im Sinne des Absatzes 1 sind nur solche, die elektronisch, magnetisch oder sonst nicht unmittelbar wahrnehmbar gespeichert sind oder übermittelt werden.

7. WEITERFÜHRENDE LINKS, INFORMATIONEN UND ANLAUFSTELLEN



DESINFORMATION

ARD-Faktenfinder, tagesschau.de – Phänomene wie Desinformation, Gerüchte, Verschwörungsmythen oder Hass im Netz werden vom Verifikationsteam der ARD³⁵ aufbereitet: <https://t1p.de/livr>

Faktencheck, Correctiv³⁶ – Recherchen für die Gesellschaft gGmbH Portal mit Hintergrundberichten und Faktenchecks zur Aufklärung von Falschinformationen: <https://t1p.de/8gue>

Mimikama³⁷ – Verein zur Aufklärung über Internetmissbrauch Internetseite, auf der über Internetmissbrauch, Internetbetrug und Falschmeldungen aufgeklärt wird und Desinformationen gemeldet werden können: <https://t1p.de/kj2m>

Spezial zum Thema Desinformation, Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)³⁸ – Website mit Informationen und Materialien rund um das Thema Desinformation unter anderem mit der Bilderserie „Fake News erkennen“: <https://t1p.de/mm2w>

Materialien aus dem Projekt „Newsbusters“ der Demokratielabore, Open Knowledge Foundation Deutschland e.V.³⁹ – Handlungsorientiertes Projekt zum Thema Medienanalyse und Desinformation

- Woran erkennt man eine Nachricht?
- Woran erkennt man Desinformationen?
- Was ist der Pressekodex?

Link: <https://t1p.de/3gl5>

GAMES ZUM THEMA DESINFORMATION

Fake It to Make It⁴⁰, Amanda Warner

- Reißerische Nachrichten selbst erstellen und platzieren
- Arbeitsmaterialien und weiterführende Informationen
Link: <https://t1p.de/r1mj>

SWR Fake Finder⁴¹, Südwestrundfunk

- Desinformationen spielerisch entlarven lernen
Link: <https://t1p.de/igtj>
- Infos, Hilfe und Beratung bei Cybermobbing und Hassrede



35 <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/>

36 <https://correctiv.org/faktencheck/>

37 <https://www.mimikama.at/ueber-uns/>

38 <https://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/fake-news/>

39 <https://demokratielabore.de/workshops/newsbusters/>

40 <http://www.fakeittomakeit.de/>

41 <https://swrfakefinder.de/>



INFOS, HILFE UND BERATUNG BEI CYBERMOBBING UND HASSREDE

JUUUPORT⁴² – Hilfe bei Cybermobbing, WhatsApp-Stress & Co., JUUUPORT e.V.

- Onlineberatung von jungen Menschen für junge Menschen
- Konkrete Tipps für Betroffene von Cybermobbing
- Link: <https://t1p.de/e7m8>

Werte leben Online, JUUUPORT e.V.⁴³

- Projekt zum verantwortungs- und respektvollen Umgang im Netz
- Informationen zu Themen wie Cybermobbing und Hassrede
- Tipps, wie man sich beim Beobachten von Cybermobbing und Hassrede verhalten kann
- Link: <https://t1p.de/luns>

Nummer gegen Kummer, Online- und Telefonberatung⁴⁴

- Kinder- und Jugendtelefon (kostenlos und anonym): 116111
- Onlineberatung für Kinder und Jugendliche
- Peer-to-Peer-Beratung für Jugendliche
- Link: <https://t1p.de/tw4u>

Strategien gegen Hassrede, Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)⁴⁵

- Onlineberatung von jungen Menschen für junge Menschen
- Konkrete Tipps für Betroffene von Cybermobbing
- Link: <https://t1p.de/e7m8>

42 <https://www.juuuport.de/beratung>

43 <https://www.werteleben.online/>

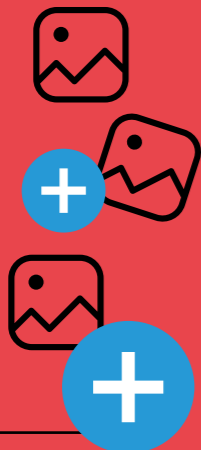
44 <https://www.nummergegenkummer.de/kinder-und-jugendtelefon.html>

45 <https://www.bpb.de/252408/strategien-gegen-hate-speech/>



KAPITEL 2

POSTING GUIDE



KLICK KLICK

1. ÜBERSICHT

Dieser Posting Guide ist dein Fahrplan für #Instaheroes. Hier findest du alle Posts und Inhalte in der zu veröffentlichenden Reihenfolge und versehen mit allen relevanten Hinweisen zu notwendigen Anpassungen und Ergänzungen.

Die Ordner mit dem Material sind erhältlich über:

<https://t1p.de/x0b5x>

Zur Durchführung des Workshops sollte ein privater Instagram-Kanal angelegt sein. Diesen gilt es vor Spielbeginn (Phase 0) korrekt einzurichten und zwar mit dem vorbereiteten Material:

- Profilbild
- Posts, die die Basics der Steuerung erklären

Innerhalb des anschließend startenden Workshops wird der Großteil aller Kommunikation und Handlung über die Instagram-Stories und Posts erfolgen:

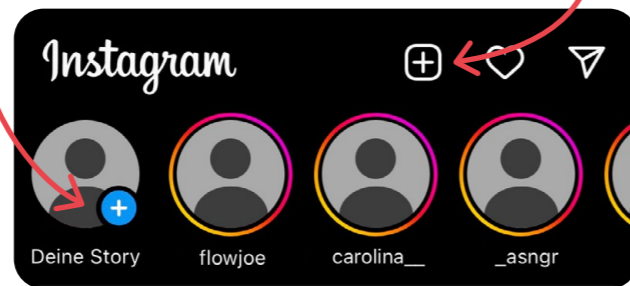
- **Stories** verbergen sich hinter einem Klick auf das Profilbild. Es sind eigene Beiträge, die nur 24 Stunden zu sehen sind. Die Beiträge in der Story bringen bei #Instaheroes die Handlung voran, indem Inhalte geteilt und mit den Teilnehmenden interagiert wird. Die Stories bestehen aus im Material enthaltenen Videos oder Bildern und sind beim Hochladen anpassbar mit Animationen, Musik oder Text, der sich direkt auf die aktuelle Gruppe bezieht.
- **Story-Reaktionen** zeigen Antworten der Gruppe auf zuvor gestellte Fragen. Diese sind nicht vorbereitet und müssen von der Spielleitung erstellt werden.
- **Posts sind Beiträge** zum Feed des eigenen Profils. Sie laden zur Diskussion in den Kommentaren ein und bestehen aus Bildern, die im vorbereiteten Material-Ordner enthalten sind.
- **Live-Video-Streams** stellen einen Tageshöhepunkt dar: Hier kann die Gruppe in eine spielerisch gerahmte Auswertung gehen. Die Teilnehmenden können sich mit Chatnachrichten und Reaktionen (Smiley, Herzen etc.) beteiligen oder vom*von der Spielleiter*in mit Video zugeschaltet werden. Die Videos können nach dem Stream gespeichert werden und erscheinen anschließend in den Stories.

1.1 TRANSFER

- Die Workshopleitung benötigt ein Handy mit installierter Instagram-App.
- Sollte die Gruppe nicht in Präsenz zusammen kommen können, brauchst du zudem ein Videokonferenz-Programm für die Auswertung am Ende.
- Alle Materialien befinden sich in einem Ordner, welcher nach Phasen und Phasenabschnitte sortiert ist.
- Im Material-Ordner befindet sich auch die Hintergrundgrafik (BG.jpg), nutzbar für eigene Stories und Posts.
- Es empfiehlt sich diesen Ordner so abzulegen, dass er vom Handy aus gut erreichbar ist (z. B. Cloud oder interner Speicher.)

Zum Teilen eines Beitrags sind folgende Schritte notwendig:

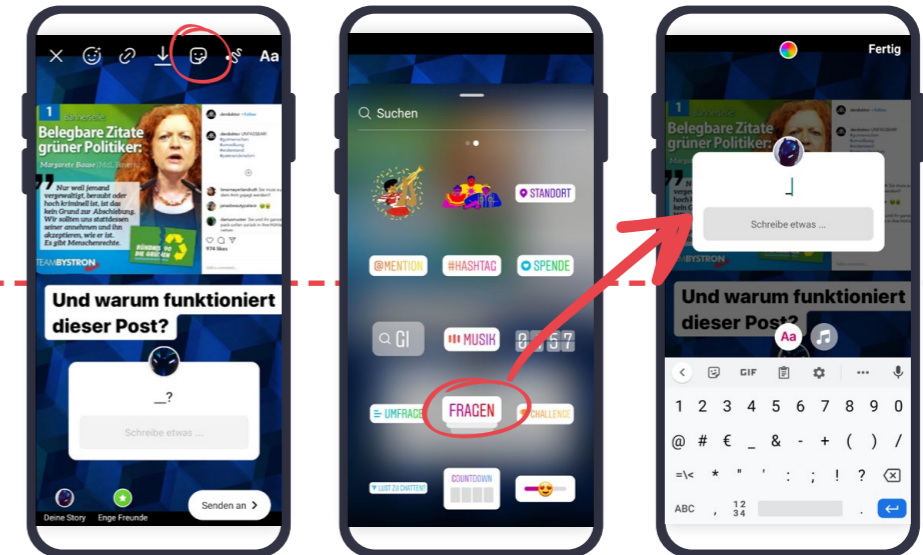
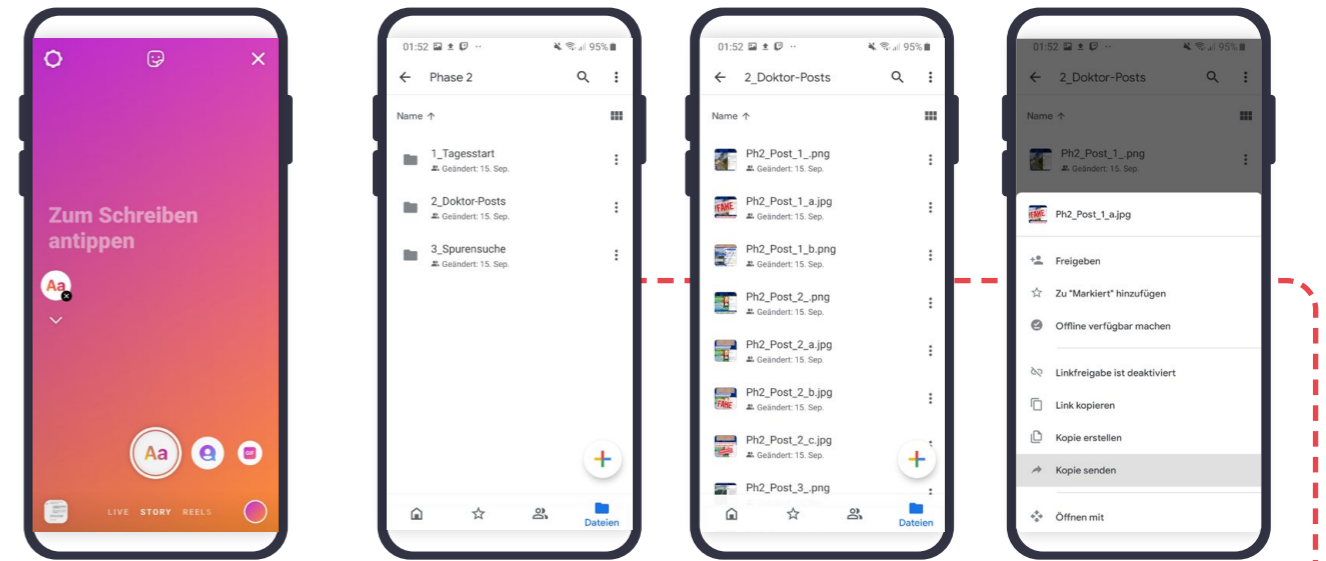
1. Leere Story erstellen (Auf das eigene Profilbild oder das Pluszeichen oben klicken).
2. Zum Ablageort des Materials wechseln, Beitrag auswählen und „teilen“ (oder „senden“).



Oder

1. Im Teilen-Dialogfeld „Instagram Story“ auswählen.
2. Der Beitrag erscheint nun in Instagram, wo er noch bearbeitet werden kann. Beiträge mit interaktiven Elementen (Fragen, Quiz, Slider) müssen bearbeitet werden, denn im Ordner sind sie „nur“ als Bilder abgelegt. Interaktiv werden sie erst, wenn das jeweilige Element in Instagram ergänzt wird. Auf dem Bild siehst du, wie der Post aussehen soll. Zum Teil musst du dabei kurze Texte („ja“/„nein“, „linkes“/„rechts“) eingeben.
3. Schließlich noch abschicken und schon erscheint der Post in deiner Story.

Beispiel



Noch ist das Fragen-Feld nur Teil des Bildes und ohne Funktion

Jetzt klappt es auch mit den Fragen.

1.2 STORY-REAKTIONEN

Je nach Typ des interaktiven Elementes, lassen sich Reaktionen unterschiedlich einbinden:

Öffnet man die eigene Story (via Klick auf das Profilbild) lassen diese sich nach oben schieben und geben den Blick frei auf die Statistik. Hier lässt sich sehen, wer welche Stories gesehen hat und wie das Abstimmungsverhalten aussieht.

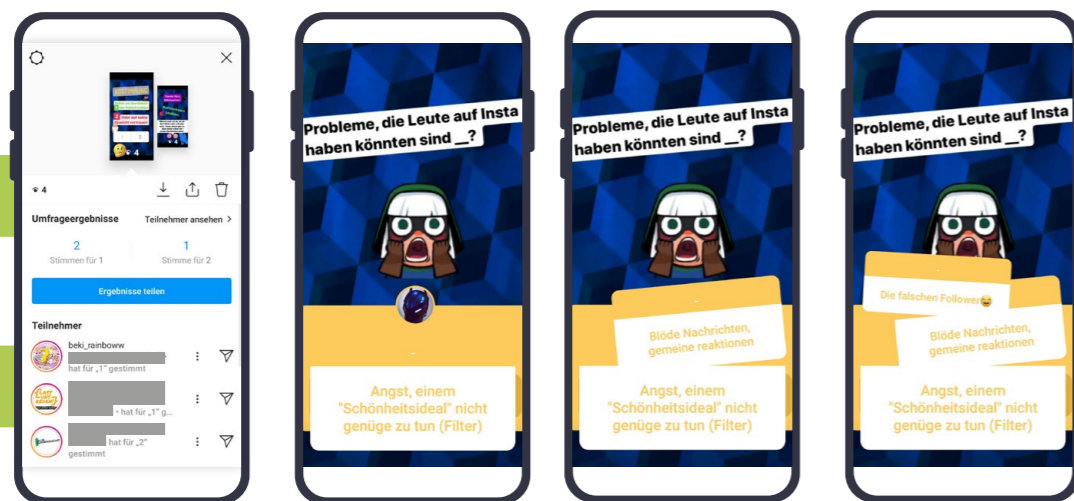
- Slider und Umfragen lassen sich per Klick auf „Ergebnis teilen“ als neue Story teilen.
- Ein Quiz zeigt die korrekte Antwort direkt beim Spielen an und benötigt kein gesondertes Teilen.
- Fragen lassen sich nur einzeln via Klick auf „Antwort teilen“ freischalten, haben dann aber kein Hintergrundbild. Das gilt es zu umgehen:

Um mehrere Antworten inklusive des dazu passenden Hintergrundbildes (der Frage) abzubilden müssen folgende Schritte erledigt werden:

1. Einen Screenshot der Frage machen. Dazu die Story öffnen, gedrückt halten, und nach Verschwinden aller Menüs die Screenshot-Taste des Handys drücken (meist Lauter+Aus).
2. In der Statistik die erste Antwort teilen und den soeben gemachten Screenshot als Hintergrund auswählen.
3. Die Antwort wie gewünscht platzieren und erneut Screenshot anfertigen.
4. In der Statistik die nächste Antwort teilen und den letzten Screenshot als Hintergrund einfügen.
5. Wieder einen Screenshot anfertigen
6. Diese Schritte so lange wiederholen, bis die gewünschte Anzahl an Antworten enthalten ist.

Anzahl aller Betrachtenden

Details der Betrachtenden



1.3 LIVE

Zum Senden eines Live-Streams startet man Stories wie gewohnt (Derzeit: Auf das eigene Profilbild oder das Pluszeichen oben klicken). Unten wählt man anschließend statt „Story“ „Live“ aus, indem man es zur Seite schiebt.

Anschließend sollte ein Gesichtsfilter für die 2 Rollen ausgewählt werden. Vorschläge dafür sind:

- **Tiger:** Arkham Knight (von csavenables) oder Arkham Knight (von _nikolai97._)
- **Doktor:** Phantom Light (von Instagram) oder Neon Mask (von rxmxdhxn)

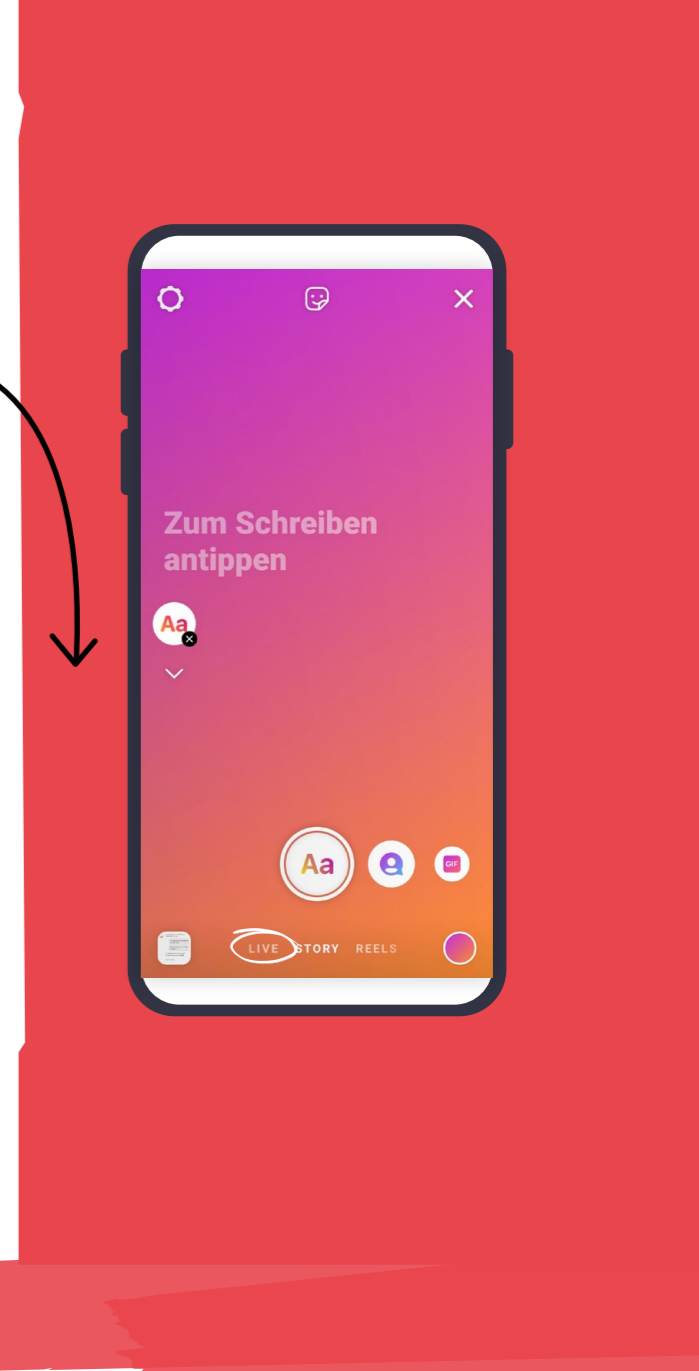


Die Filter lassen sich vor dem Live-gehen auswählen und können gesucht sowie zur späteren Verwendung gespeichert werden.

Macht beim Spielen von Tiger darauf aufmerksam, dass ihr einen Sprachfilter benutzt. Das erklärt, warum die Stimme in den vorbereiteten Videos eine andere ist. Am Ende der Live kannst du entscheiden, ob das Video gespeichert, geteilt oder gelöscht werden soll.

- Streams kurz halten!
- Es ist mit Verzögerungen von ca. 30s zu rechnen – Fragen also länger ausführen.
- Keine Ja-Nein-Fragen stellen. Die sind schwer zuordnenbar und verhindern ein interaktives Gespräch
- Da bei Aufzeichnungen der Chat nicht aufgenommen wird und auch wegen der Verzögerung: Fragen des Chats vorlesen.

TIPPS



1.4 ZEITPLAN

Je nach Setting lässt sich der Zeitplan für den Workshop anpassen. #Instaheroes kann

- komplett online, bei mehrtägigen Veranstaltungen mitlaufend oder auch
- als Kurzformat in Präsenz angeboten werden (weniger empfohlen).

Der Workshop sollte dabei entweder in einer Videokonferenz oder vor Ort gerahmt werden. Details dazu findest du in Kapitel 1 Abschnitt 3.

Echtzeit

Besonders geeignet für die Onlinedurchführung ist es, wenn über **3 Tage von ca. 10 bis 18 Uhr** mit der Gruppe interagiert wird. Dabei ist die Zeit von 10 bis 17 Uhr als asynchrone Spielzeit angelegt.

Im synchronen Tagesfinale wird dann von 17 bis 18 Uhr das Erlebte gemeinsam reflektiert. Teilnehmende haben mehr Zeit und können sich zu für sie passenden Momenten mit dem Workshop beschäftigen. Dabei teilt sich der Tag in folgende Abschnitte:

Asynchron	Start Intro, Tagesziel und kleine interaktive Aufgabe	10-12 Uhr
	Hauptteil Auseinandersetzung mit Inhalt über Fragen, Auswahloptionen und Quiz	12-15 Uhr
	Eigene Auswertung Ergebnisse des Hauptteils	15-17 Uhr
Synchron	Tagesfinale Anwendung der Auswertung und des Gelernten in spielerischen Diskussionsformaten	17-18 Uhr

LIVE

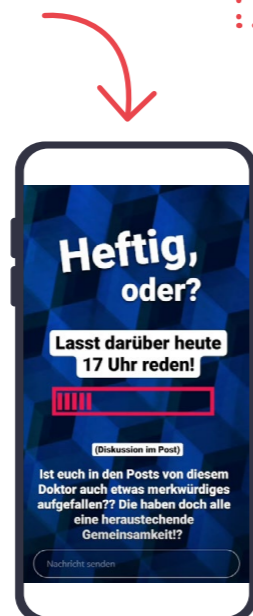
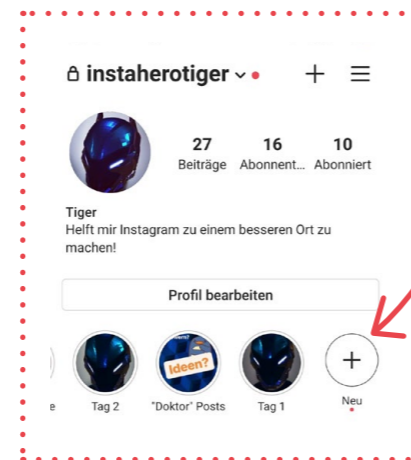
In Präsenz

Je nach vorhandener Zeit können die einzelnen Phasen und ihre Abschnitte frei eingeteilt werden. Statt mehrerer Stunden können Aufgaben in der Gruppe besprochen und direkt umgesetzt werden.

Wir schätzen, dass für eine Umsetzung in Präsenz mindestens zwei mal drei Stunden notwendig sind.

Highlights

Durch das Anlegen von Highlights können Teilnehmende schnell zur aktuellen Stelle springen. Besonders sinnvoll sind sie als Übersicht der einzelnen Phasen sowie als kurzer Rückblick vor einem Phasenfinale. Dazu das eingekreiste Plus im Profil klicken und die letzten Stories auswählen:



JETZT GEHT'S LOS!

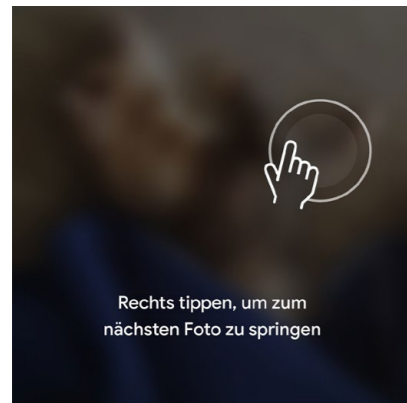


STEP BY STEP

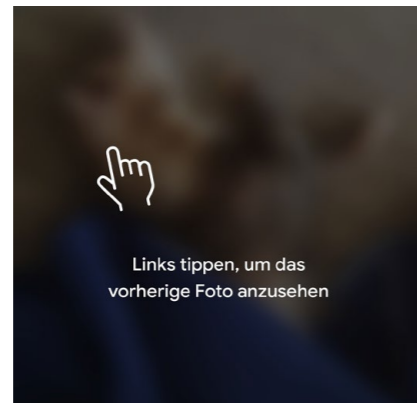
ABFOLGE

2. PHASE 0

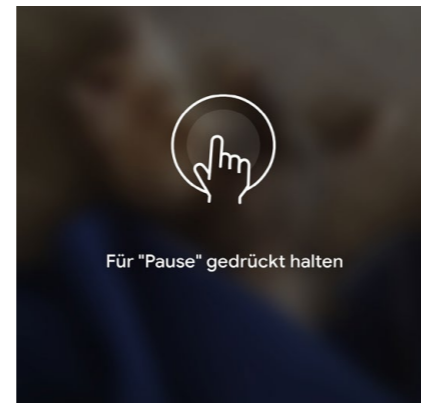
Vorbereitung des Profils mit den folgenden Materialien:



Ph0_Post1.jpg



Ph0_Post2.jpg



Ph0_Post3.jpg



Ph0_Post4.jpg



Ph0_Post5.jpg

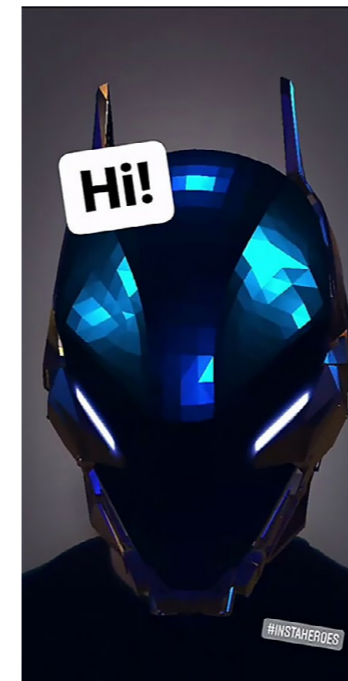


Profilbild.jpg

ABFOLGE

3. PHASE 1

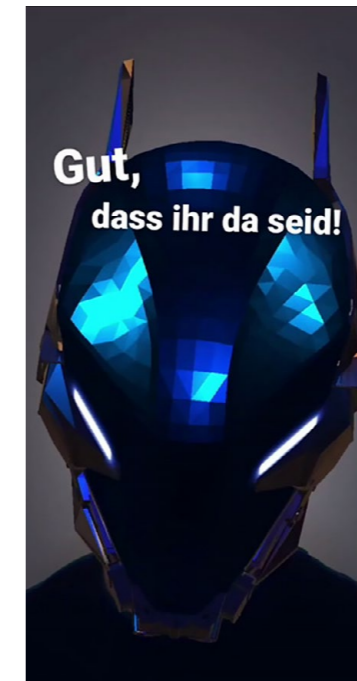
3.1 PHASENSTART



Ph1_1-Start_1.mp4

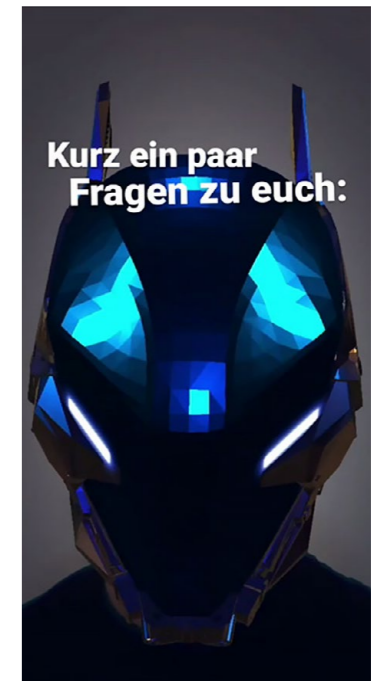
Hi! Schön, dass ihr alle da seid. Ich bin Tiger und wie ihr vielleicht wisst, gehöre ich der Gruppe der Instaheroes an. Wir probieren Instagram zu einem besseren Ort zu machen. Und das ist auch gerade dringend notwendig.

Wir wissen nicht so richtig warum, aber in letzter ...



Ph1_1-Start_2.mp4

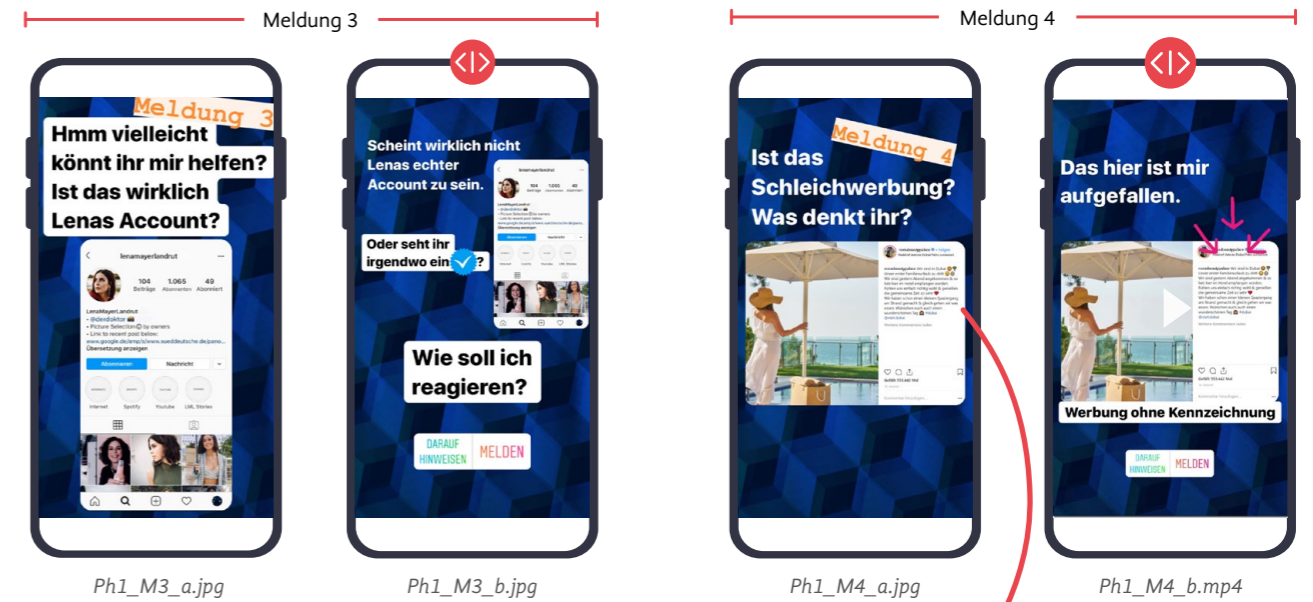
Zeit gibt es immer mehr Gemeinheiten, Fake-Profile, Falschnachrichten, Datensammlungen ... Ach, es sieht nicht gut aus. Aber hier brauchen wir wirklich eure Hilfe. Ich brauche eure Hilfe. Lasst uns doch ein bisschen besser kennen lernen und ...



Ph1_1-Start_3.mp4

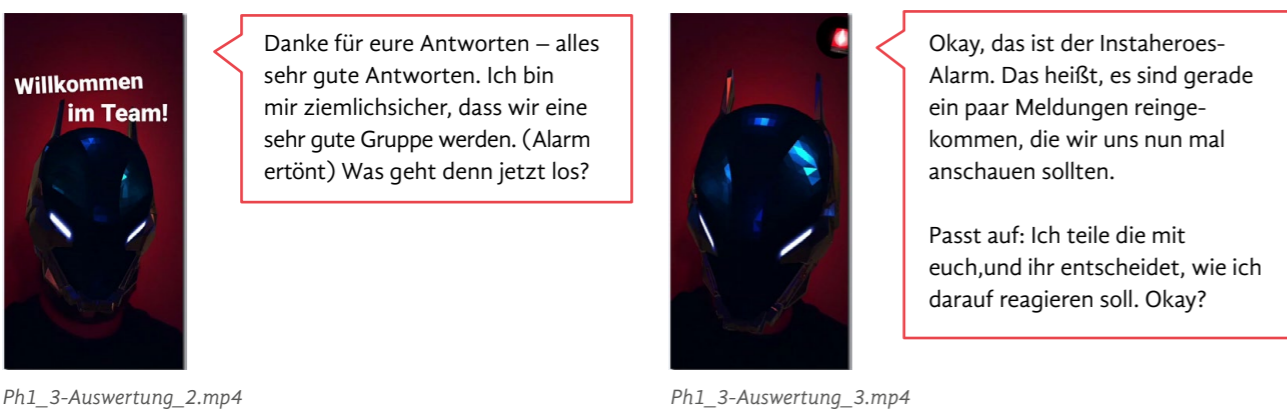
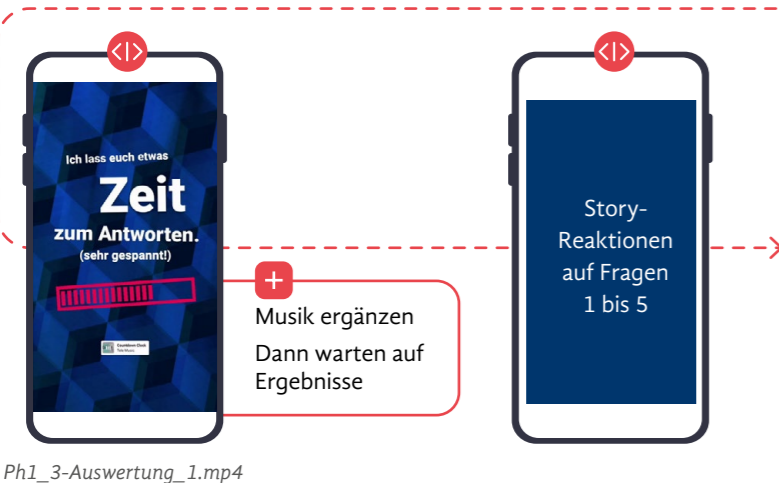
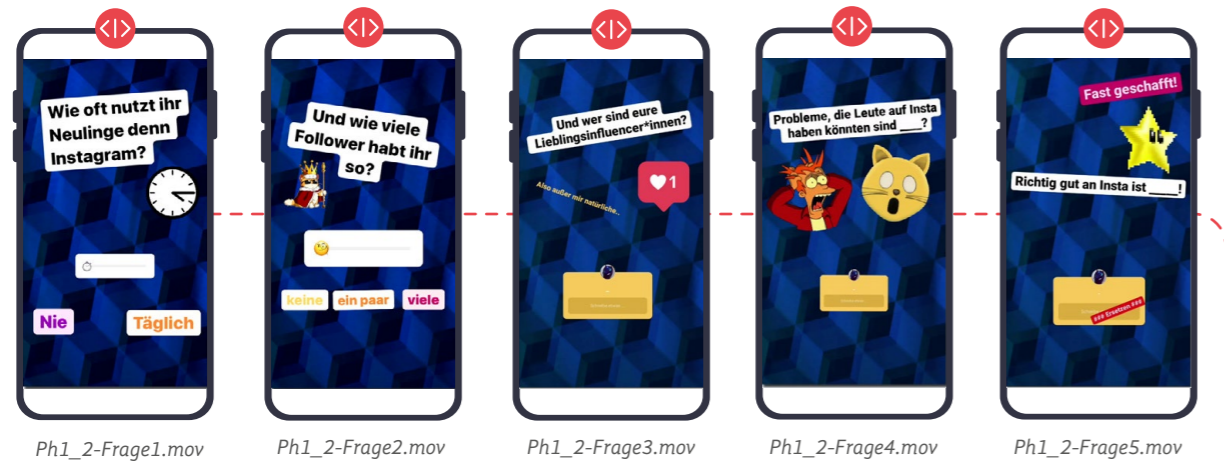
beantwortet die folgenden Fragen. Okay? Und danach legen wir los. Bis gleich!

3.2 MELDUNGEN



Interaktion!

Bei diesen Bildern müssen Elemente direkt in Instagram ergänzt werden, damit sie interaktiv werden. Die Elemente sind in der Datei als Vorlage abgebildet, müssen aber auf Instagram neu hinzugefügt werden, damit sie für die Teilnehmenden interaktiv sind. Merke: Überall lassen sich mit dem Hintergrund (BG) eigener Text und Reaktionen auf die Teilnehmenden einbauen.



3.3 MELDUNGEN / ANTWORTEN

Interaktion!

Die Ursprüngliche Frage wird jeweils erneut mit den Ergebnissen der Teilnehmenden geteilt („Ergebnis teilen“).
Siehe dazu Seite 44. Im Anschluss werden die Richtigstellungen je nach Entscheidung der Teilnehmenden geteilt.

Meldung 5

Ph1_M5_a.jpg

Meldung 6

Ph1_M5_b.jpg

Meldung 6

Ph1_M6_a.mov

Meldung 6

Ph1_M6_b.mov

Meldung 6

Ph1_M6_c.mov

Meldung 6

Ph1_M6_d.mov

Meldung 6

Ph1_M6_e.jpg

Ph1_MEnde_1.mp4

Das wärs zu diesen Meldungen. Okay, ihr seht jetzt, was ich meine oder? Nun sagt mir, wie ich reagieren soll und ich halte euch auf dem Laufenden. Und wenn ihr ein bisschen eher fertig seid, dann äh ...

Ph1_MEnde_2.mp4

Alternativ: Eigene Deadline festlegen.
Bilder aus „Diskussions-Posts“ posten.

Ph1_MEnde_3.mp4

... schickt mir doch per Direkt-nachricht ein paar positive Nachrichten. Das kann ich gerade wirklich gebrauchen. Und ich denke Instagram auch.

Meldung 1

Ergebnis teilen

Antwort 1

Ph1_M1_A1a.jpg

Antwort 2

Ph1_M1_A1b.mov

Antwort 1

Ph1_M1_A2a.jpg

Antwort 2

Ph1_M1_A2b.jpg

Meldung 2

Ergebnis teilen

Antwort 1

Ph1_M2_A1.mov

Antwort 2

Ph1_M2_A2.mov

Meldung 3

Ergebnis teilen

Antwort 1

Ph1_M3_A1.mov




Antwort 2

Ph1_M3_A2.mov

Hinweis




- Positiv
- Negativ

Meldung 4 → Antwort 1 → Antwort 2


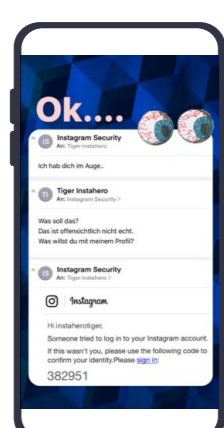


Ergebnis teilen Ph1_M4_A1.mov Ph1_M4_A2.jpg

Meldung 5 → Antwort 1 → Antwort 2

Ergebnis teilen Ph1_M5_A1.mov Ph1_M5_A2.mov


Meldung 6 → Antwort 1 → Antwort 2 → Ende

Ergebnis teilen Ph1_M6_A1.jpg Ph1_M6_A2.jpg Ph1_MEnde.mp4

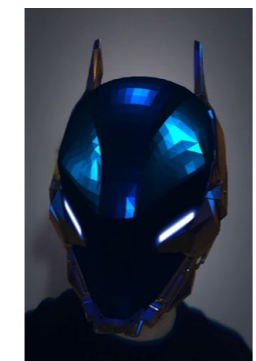
Text ergänzen: Zeit von Live-Moment

3.4 ERSTER KONTAKT



Text ergänzen: Noch X min bis Live-Moment

Ph1_EineNachricht.mov



Live Leitfaden: Phase 1

In der ersten Phase haben die Teilnehmenden verschiedene problematische Inhalte auf Instagram kennengelernt und mussten sich für einen Umgang mit diesen entscheiden. In der anschließenden Livesession sollen die Erfahrungen reflektiert und, darauf aufbauend, eigene Regeln für den Umgang mit solchen Inhalten formuliert werden.

Einstieg

Was hält euch denn manchmal davon ab, online zu widersprechen?

Mögliche Themen	Vorschläge für Antworten
Ich bin unsicher, ob ich im Recht bin.	Hierfür lassen sich die AGBs der Plattformen oder ggf. staatliche Institutionen befragen.
Ich will mich nicht mit Negativem beschäftigen.	Jede*r darf selbst entscheiden, wo die eigenen Kapazitäten und Grenzen liegen.
Ich habe nicht genug Zeit für lange Diskussionen.	Das ist ok. Man muss seine Meinung nicht rechtfertigen und kann jederzeit aus einer Kommentarspalte aussteigen.
Ich befürchte Cybermobbing oder einen Shitstorm.	Man kann sich Hilfe und Unterstützung holen. Zudem lässt sich dagegen rechtlich vorgehen.
Ich befürchte, dass ich nicht ernstgenommen werde und sowieso nichts bewirken kann.	Jeder Kommentar regt auch viele Leute an, die still mitlesen.



Was war heute los?

Vogeldrohnen: Ignorieren vs. mit Fakten widerlegen	Jede*r kann die Diskussion in den Kommentarspalten mitgestalten und damit neue Perspektiven ermöglichen.
Beleidigung von Greta: Direkt anschreiben vs. Öffentliche Gegenrede	Durch eine sachliche öffentliche Konfrontation werden alle einbezogen und zum Nachdenken angeregt.
Fake-Account & Werbung: Hinweis vs. Meldung	Instagram beurteilt in beiden Fällen neutral auf Grundlage der Richtlinien, was erlaubt ist, und kann direkt handeln.
Reptiloide: Öffentlich hinterfragen vs. Ignorieren	Sachliche Rückfragen können zum Nachdenken anregen und nehmen einer Verschwörungserzählung ihre einseitige Dynamik.
Phishing: Hinweis vs. Meldung	Phishing ist eine gezielt kriminelle Aktion. Durch eine Meldung können wir uns selbst und andere vor Datenklau schützen.

Für die, die sich anders entschieden hätten: Warum? Was glaubt ihr, wäre passiert?

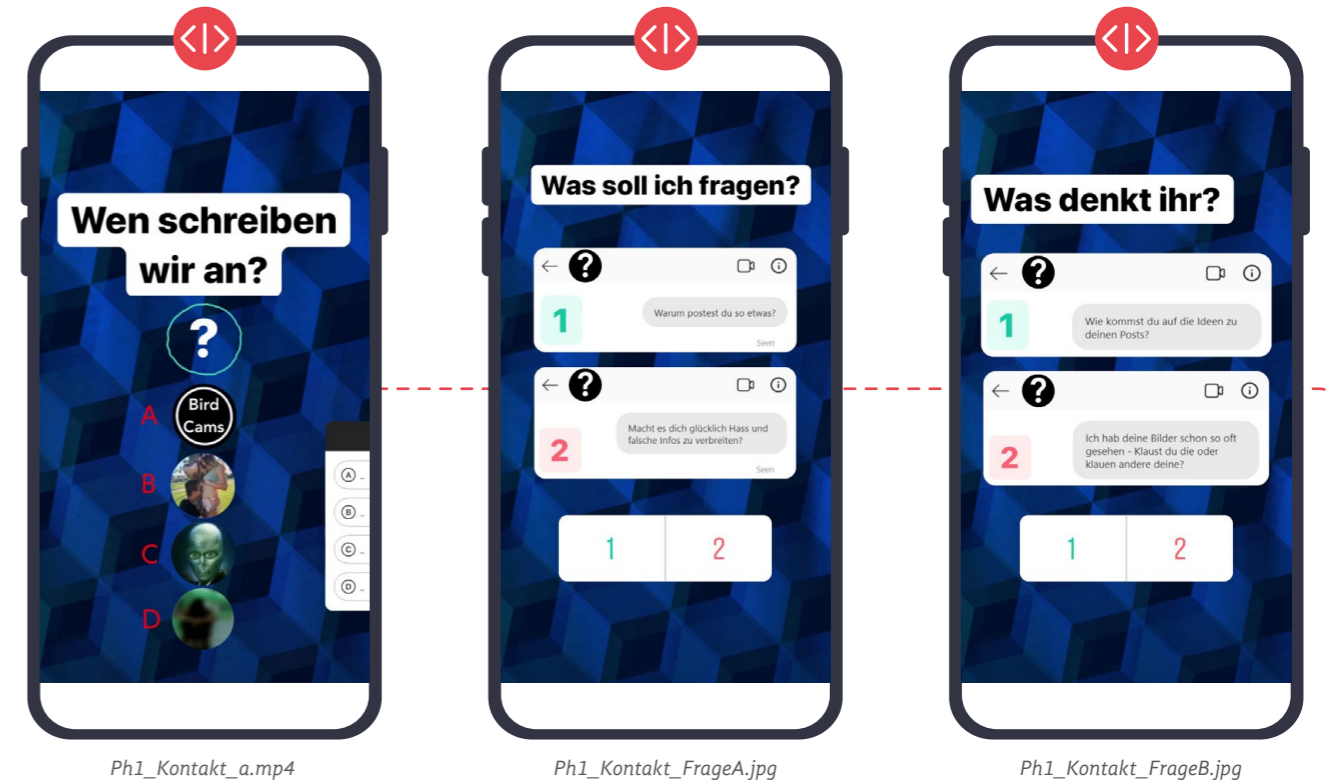
Hilfestellungen für Instagram

Welche Regeln wollen wir für unsere nächsten Aktionen im Netz aufstellen?

Umgang mit klaren Verstößen?	Nicht Diskutables melden (Verstöße gegen Instagram-Richtlinien oder Menschenfeindlichkeit)
Umgang mit problematischen Inhalten, die aber keine klaren Verstöße sind?	Diskutables durch Rückfragen oder eigene Argumente aufgreifen
Absicht oder Unkenntnis?	Sachlich bleiben und anderen User*innen Fehler zugestehen
Support bei anderen suchen und Druck aufbauen oder erstmal allein anfragen?	Öffentlichen Druck vermeiden
Was dürfen wir teilen?	Vor dem Teilen von Nachrichten bei Verfasser*in nachfragen

Abschluss

Wir haben heute verschiedene problematische Inhalte gesehen und uns für Reaktionen entschieden. ... Regeln für uns erstellt, wie wir mit solchen Inhalten umgehen wollen.
Was machen wir jetzt?	Ich schlage vor, wir schreiben mal einen der vier Accounts an. Ich schicke euch gleich drei Umfragen. Sagt doch mal, wen ich anschreiben soll und welche Fragen ich denen stellen soll.
Es geht weiter am/um ... (z.B. morgen früh um 10:00 Uhr)	Dann haben wir vielleicht schon eine Antwort bekommen.



Ph1_Kontakt_a.mp4

Ph1_Kontakt_FrageA.jpg

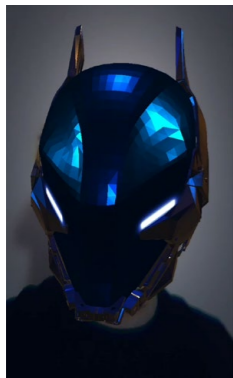
Ph1_Kontakt_FrageB.jpg

Reaktionen werden auf Seite 59 wieder aufgenommen

ABFOLGE

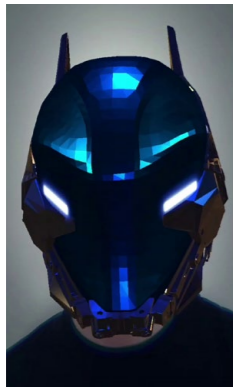
4. PHASE 2

4.1 PHASENSTART



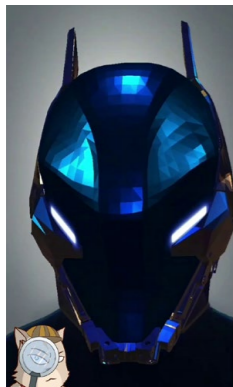
Ph2_1_Aufwachen.mp4

Hey, guten Morgen. ihr glaubt nicht, was heute morgen passiert ist. Ich bin aufgewacht und hatte all diese Nachrichten hier:



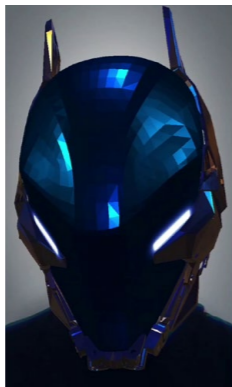
Ph2_3_Shitsstorm_a.mp4

Also für mich sieht das aus, wie ein richtig koordinierter Shitsstorm. Diese Profile hängen ja anscheinend irgendwie zusammen und haben jetzt mal beschlossen, was gegen mich zu schreiben. Sehr merkwürdig. Vielleicht könnt ihr mal ...



Ph2_3_Shitsstorm_b.mp4

... nachschauen bei diesen Profilen, was da dahintersteht - also wie das zu dieser Koordination kommt. Das würde mir helfen. Mmh. ach ja, und der Account von gestern. Der hat auch geantwortet, der hat ja da mitgemacht.



Ph2_3_Shitsstorm_c.mp4

Vielleicht findet ihr in den Antworten auch noch irgendwelche Hinweise. Da wäre ich auf jeden Fall ziemlich dankbar. Nun gut. Ja schreibt mir, wenn ihr was herausfindet!



Ph2_2_Verleumdung_a.jpg



Ph2_2_Verleumdung_b.jpg

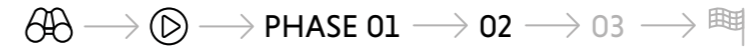


Ph2_2_Verleumdung_c.jpg



Ph2_2_Verleumdung_d.jpg

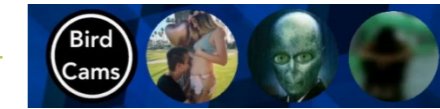
POSTING GUIDE



Von Seite 57



Je nach Auswahl in Phase 1: Im Ordner „Antwort_Möglichkeiten“ den korrekten Namen auswählen:



- A = Vogeldrohnen
- B = Nora
- C = Holger
- D = Darius

Und je nach Fragewahl die richtige Antwort auswählen:

A1 oder A2 bzw. B1 oder B2

Antwort 1

Antwort 2

Antwort 1

Antwort 2



Ph2_4_A-Vogel_A1.jpg



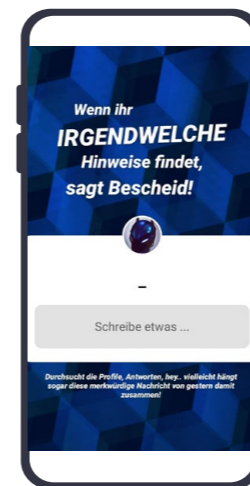
Ph2_4_A-Vogel_A2.jpg



Ph2_4_A-Vogel_B1.jpg

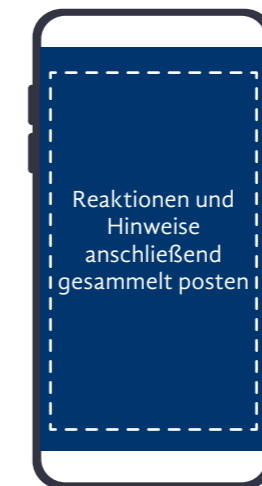


Ph2_4_A-Vogel_B2.jpg



Ph2_Hinweise.jpg

Warten auf Ergebnisse



Im Profil von Holger können die Spielenden den Link zur Seite des Doktors entdecken: cutt.ly/derdokter Ist dieser entdeckt, geht es weiter. Eventuell darauf hinweisen!

Hinweis

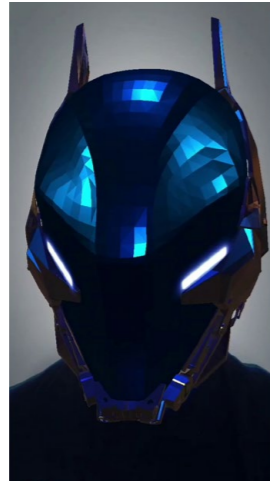
- Positiv
- Negativ

4.2 DOKTOR-POSTS



Ph2_5_Seite_a.mp4

Wow Leute, die Seite, die ihr mir da geschickt habt, die ist ja, die ist ja Wahnsinn! Ich hab mich da gerade mal angemeldet und da sind wahnsinnig viele Posts drauf, die man alle teilen kann, ...



Ph2_5_Seite_b.mp4

... für die, die darauf Zugriff haben, und die für mehr Follower-zuwachs garantieren sollen. Also das ist echt nicht in Ordnung. Ich teile die Post mal mit euch, dann seht ihr das und dann können wir ja mal diskutieren.



Ph2_5_Seite_c.mp4

Macht mal ein paar Vorschläge bitte, warum diese Posts hier so gut funktionieren. Also wieso erzeugen die mehr Follower? Ich verstehe es nicht, echt. Lass uns dem auf den Grund gehen.



Ph2_6_Ideen.mov



Ph2_Post_1.jpg



Ph2_Post_2.jpg



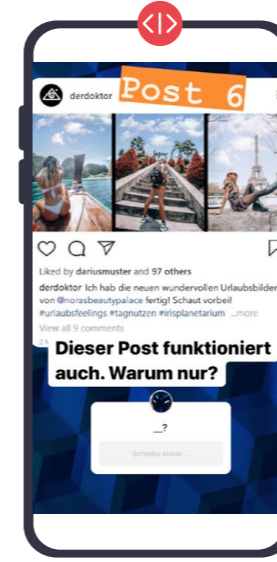
Ph2_Post_3.jpg



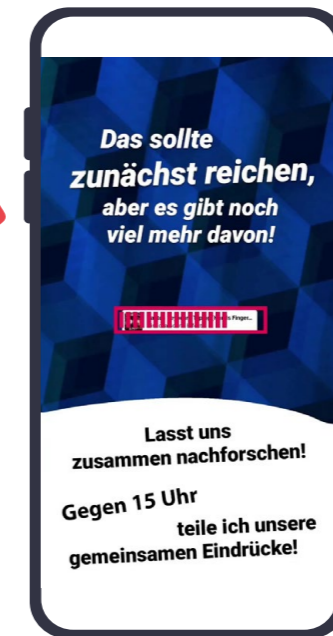
Ph2_Post_4.mov



Ph2_Post_5.jpg



Ph2_Post_6.jpg



Ph2_PostDeadline.mov

Alternativ:

- Eigene Deadline für Kommentare + Diskussion in den Posts.
- Bilder aus „Diskussions-Posts“ als normale Instagram-Posts teilen.

DOKTOR-POSTS / ANTWORTEN

Interaktion!

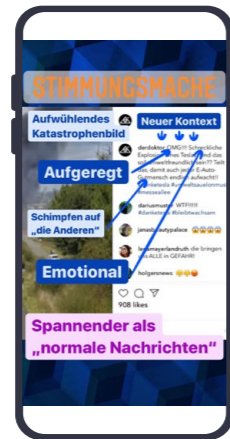
Die ursprüngliche Frage wird jeweils erneut geteilt mit den Antworten der Teilnehmenden überlagert geteilt („Mit Antworten überlagern“). Siehe dazu Seite 44. Im Anschluss werden die Richtigstellungen geteilt.



Mit Antworten überlagern



Ph2_Post_1_a.jpg



Ph2_Post_1_b.jpg



Mit Antworten überlagern



Ph2_Post_4_a.mov



Ph2_Post_4_b.jpg



Mit Antworten überlagern



Ph2_Post_2_a.jpg



Ph2_Post_2_b.jpg



Ph2_Post_2_c.jpg



Mit Antworten überlagern



Ph2_Post_5_a.jpg



Ph2_Post_5_b.jpg

Alternativ:
Eigene Deadline festlegen.



Mit Antworten überlagern



Ph2_Post_3_a.jpg



Ph2_Post_3_b.jpg



Ph2_Post_3_c.jpg



Mit Antworten überlagern



Ph2_Post_6_a.jpg

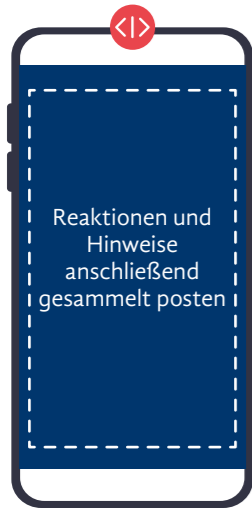


Ph2_Post_6_b.jpg



Ph2_PostEnde.mp4

4.3 SPURENSUCHE



In den Hashtags der vorherigen Posts verstecken sich Gebäude und Orte.

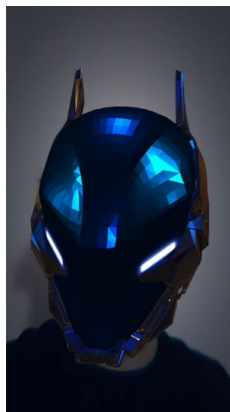
Tiger erkennt diese als Orte in der Umgebung.



Ph2_Karte.mp4

Erinnerung: In X min geht es los.

Falls die Teilnehmenden noch nicht auf die Orte gekommen sind: Tiger bemerkt, dass die Hashtags bekannt vorkamen.



Live Leitfaden: Phase 2

Von einem koordinierten Shitstorm überrascht, haben die Teilnehmenden sich in Phase 2 auf eine Spurensuche begeben. Die Accounts, die online gegen Tiger hetzen, wurden näher unter die Lupe genommen und haben zu einer Website geführt, die Tipps für die Erstellung von reißerischem Content liefert. Gemeinsam haben die Teilnehmenden untersucht, wie Fake News funktionieren und mit welchen Mitteln sie Likes generieren.

Einstieg

? Was macht ihr, wenn ihr euch manchmal unsicher seid, ob ein Post der Wahrheit entspricht?

Mögliche Reaktionen	Vorschläge zur Einordnung
Ich höre auf mein Bauchgefühl.	Wir können darauf achten, ob der Post sensationeller als übliche Nachrichten wirkt oder vielleicht eine Absicht erkennbar ist.
Ich sehe nach, wer der*die Verfasser*in des Posts ist.	Ist die Person bekannt, weil sie viele Follower hat? Tritt die Person als Experte*in zum hier behandelten Thema auf? Wenn ja: Welche fachlichen Qualifikationen hat er*sie in diesem Bereich?
Ich suche nach Quellen im Text.	Werden konkrete Quellen benannt? Wenn ja: Sind diese seriös und im wissenschaftlichen Diskurs anerkannt?
Ich mache den Faktencheck und erfrage andere Perspektiven auf das Thema.	Öffentlich zugängliche wissenschaftliche Institute und Bildungsinstitutionen bieten Infomaterialien zu ihren Fachgebieten an oder beantworten konkrete Fragen.
Ich überprüfe das Bildmaterial.	Eine Rückwärtssuche in Online-Suchmaschinen zeigt, in welchen Kontexten das Bild noch verwendet wurde.

Was war heute los?

? Welche Art von Desinformation haben wir denn heute entdeckt?

Thema	Was macht diese Posts interessant?
Explosion	Ein altes Katastrophenfoto wurde in einen neuen Kontext gesetzt und mit Stimmungsmache verknüpft.
Zitat	Das Zitat soll Feindseligkeit hervorrufen. Für diese Aussage fehlt jedoch eine seriöse Quelle.
Demonstration	Das Foto stammt nicht von dieser Veranstaltung und die Zahlen sind falsch. Es soll das Gefühl vermittelt werden, Teil einer großen Bewegung zu sein.
Obama-Video	Hier wird gezeigt, was einige Leute hören möchten. Das Video legt Obama aber fremde Worte in den Mund und wurde mit einer App erstellt.
„Wozu in den Urlaub fahren?“	Durch Ironie und Witz wird der Eindruck erzeugt, man gehöre zu den wenigen, die den „Großen Austausch“ erkannt haben. Hier werden Vorurteile geschürt.
Urlaubsfotos	Diese Fotos sind stark bearbeitet und zeigen eine Fantasiewelt, in der es keine Probleme gibt. Das wird gerne geteilt, kann aber die Wahrnehmung verzerren.

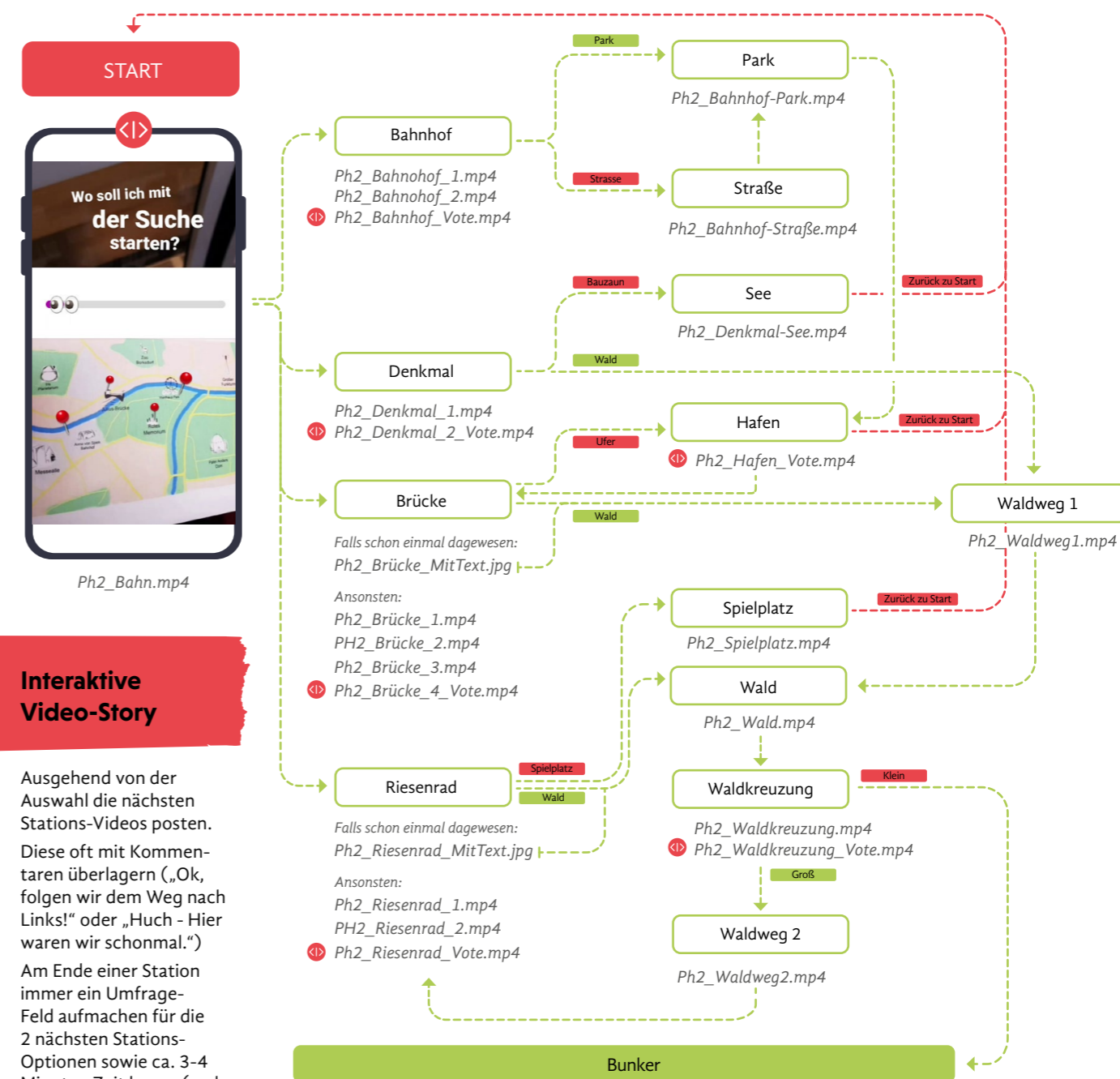


Reflexion

Fragen	Mögliche Antworten
Welche dieser Merkmale habt ihr selbst bereits an Posts entdeckt?	Stimmungsmache, Verschwörungserzählungen, Quelle fehlt, Zitate oder Bilder im falschen Kontext verwendet, Wunschdenken,
Wie seid ihr mit eurer Entdeckung umgegangen?	Öffentlich hinterfragen, direkt anschreiben, Meldung, ignorieren, ...
Welche Quellen nutzt ihr, um euch über Themen zu informieren?	Fachzeitschriften und Zeitungen, anerkannter Bildungsinstitutionen, Internetseiten mit überprüfbaren Belegen, Öffentlich-rechtlicher Rundfunk,
Welche Seiten würdet ihr Personen in eurem Alter empfehlen, um sich über Themen zu informieren?	Fluter, Mailab, Druck News, Auf Klo, Deutschland3000, GEOlino, MrWissen2go, Wikipedia, ...

Abschluss

Wir haben heute verstanden, wie Fake News Likes generieren ... beraten, wie wir seriöse Posts erkennen ...
Was machen wir jetzt?	In den Hashtags der Posts verstecken sich Gebäude und Orte. Hängen die vielleicht alle zusammen?
Wie geht es weiter?	Lasst uns auf die Suche nach dem Doktor gehen. Wir haben eine Stunde Zeit, danach wird es mir zu dunkel! (Andere Zeit bzw. Ausrede einfügen.) Bis gleich!



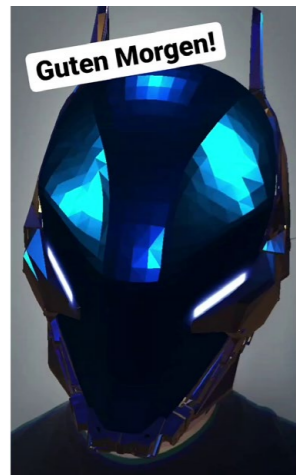
Interaktive Video-Story

Ausgehend von der Auswahl die nächsten Stations-Videos posten. Diese oft mit Kommentaren überlagern („Ok, folgen wir dem Weg nach Links!“ oder „Huch - Hier waren wir schonmal.“) Am Ende einer Station immer ein Umfragefeld aufmachen für die 2 nächsten Stations-Optionen sowie ca. 3-4 Minuten Zeit lassen (und das im Text der Story anmerken!).

ABFOLGE

5. PHASE 3

5.1 PHASENSTART



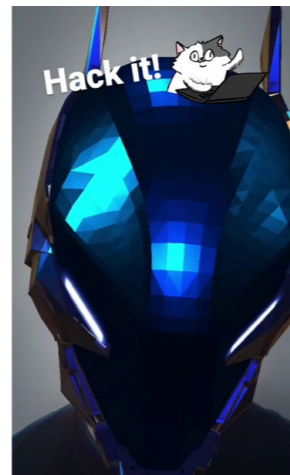
Ph3_Start_1.mp4

Guten Morgen, liebes Team. Ja das war ja ne ganz schöne Reise gestern. Gut, dass ihr so schnell darauf gekommen seid, dass da im Wald direkt irgendwas dran sein muss. Und leider sind wir an der Tür dann nicht weitergekommen. Ich bin sehr gespannt, ...



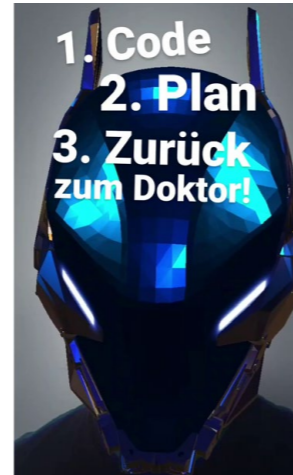
Ph3_Start_2.mp4

...was sich dahinter verbirgt. Und dieser Code, von dem da die Rede war, der ist tatsächlich jetzt eingetroffen. Aber der ist ganz schön kryptisch. Vielleicht könnt ihr was damit anfangen und wisst was vielleicht an dieses Codepad an der Tür einzugeben ist für später. Also...



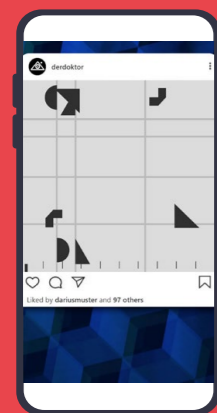
Ph3_Start_3.mp4

...ich mache mich dann auf jeden Fall nochmal auf den Weg. Aber vielleicht könnt ihr ja den Vormittag nutzen und diesen Code rausbekommen. Und was wir dann noch brauchen, ist natürlich also, wem auch immer wir da begegnen, also falls wir dem Doktor da begegnen, sollten...



Ph3_Start_4.mp4

...wir einen Plan haben, was wir dann genau tun. Ich bereite mal ein paar Sachen vor und ihr schaut da einfach mal drüber. Okay? So am Nachmittag? Also zuerst den Code, dann die Vorbereitung und dann sehen wir mal, was wir heute Abend machen.

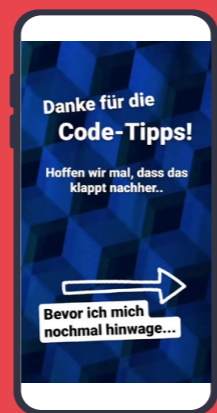


Ph3_Code.mp4

Normalen Code posten und um Deadline ergänzen. Falls zu schwierig: Später simplen Code posten. Auch das Bild im Ordner „Diskussions-Posts“ einstellen.

Die Lösung ist: 6294

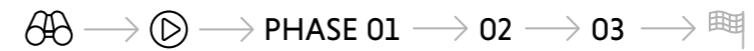
Warten auf Ergebnisse



Ph3_Code_Danke.mp4

Zeitpunkt für nächste Schritte kommunizieren, oder direkt weitermachen.

POSTING GUIDE



5.2 QUIZ

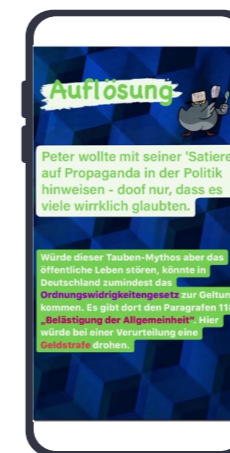


P3_Quiz_time.mov

Dieses Symbol markiert die jeweils richtige Antwort.



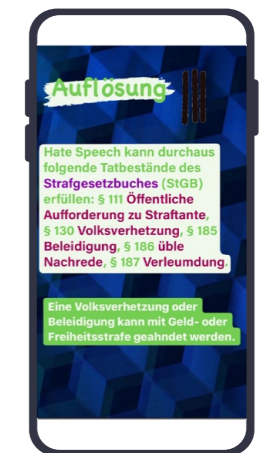
Ph3_Quiz1.mov



Ph3_Quiz1_A.mov



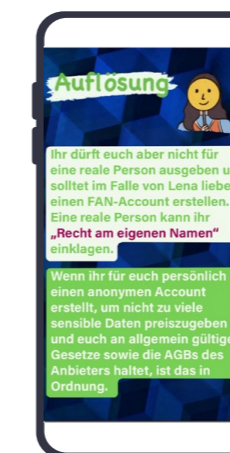
Ph3_Quiz2.mov



Ph3_Quiz2_A.mov



Ph3_Quiz3.mov



Ph3_Quiz3_A.mov



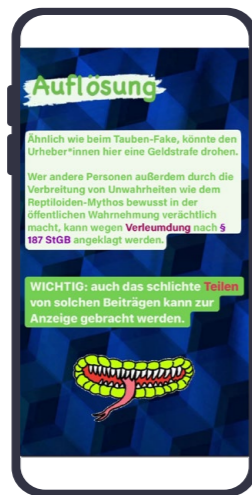
Ph3_Quiz4.mov



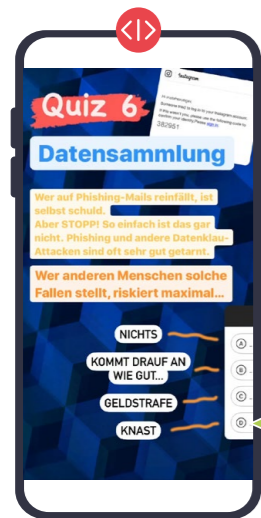
Ph3_Quiz4_A.mov



Ph3_Quiz5.mov



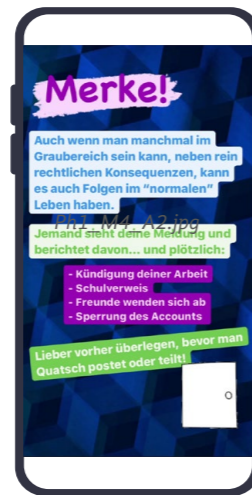
Ph3_Quiz5_A.mov



Ph3_Quiz6.jpg



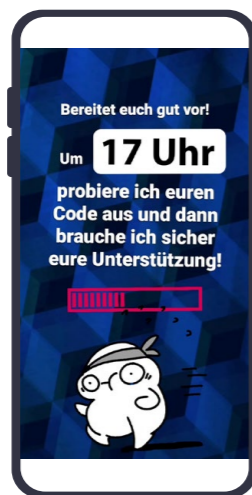
Ph3_Quiz6_A.mov



Ph3_Quiz-Merke.mov



Ph3_Quiz-ueberrascht.mov



Ph3_Zeit.mp4

Alternativ:
Eigene Deadline festlegen
Warten auf Ergebnisse



5.3 FINALE



Ph3_3.1_Erinnerung.mp4

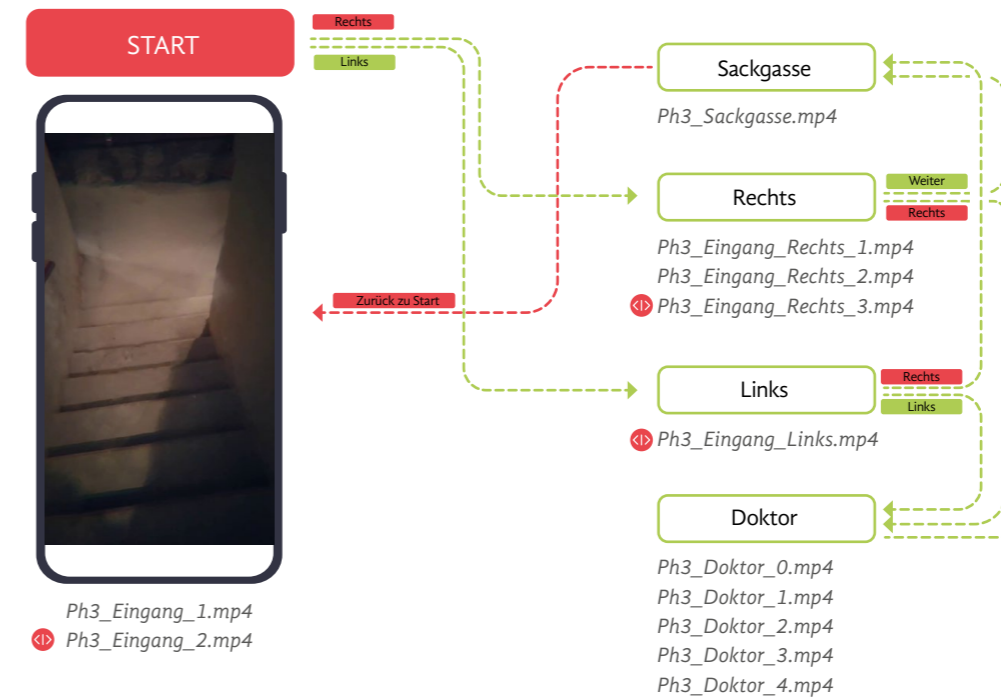
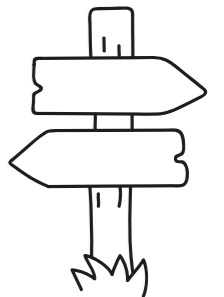
In X min geht es los.
Alternativ:
Eigene Deadline festlegen.



Ph3_3.2_Start.mp4

Interaktive Video Story (kurz)

Ausgehend von der Auswahl die nächsten Stations-Videos posten. Diese oft mit Kommentaren überlagern („Ok, folgen wir dem Weg nach links!“ oder „Huch, hier waren wir schon mal.“) Am Ende einer Station immer ein Umfragefeld aufmachen für die 2 nächsten Stations-Optionen sowie ca. 3 bis 4 Minuten Zeit lassen (und das im Text der Story anmerken!). Die Post zur Spurensuche sind im Ordner [Phase3/3_Finale/Im Bunker](#) zu finden.



Auswertung
siehe Seite 75



Live Leitfaden: Phase 3 (! Hier tritt der DOKTOR auf !)

Die Teilnehmenden haben zu Beginn von Phase 3 den Bunker gefunden und den Code geknackt. Um sich auf eine Diskussion mit dem Doktor vorzubereiten, haben sie in Erfahrung gebracht, welche Konsequenzen es für das Teilen problematischer Inhalte im Internet gibt. Nachdem Tiger ausgeknockt wird, müssen die Teilnehmenden direkt mit dem Doktor diskutieren, der Tigers Handy an sich nimmt. Der Spielleiter schlüpft in die Rolle des Doktors und konfrontiert die Teilnehmenden mit provokativen Fragen. Nach einiger Skepsis lässt er sich widerwillig überzeugen.

Einstieg

? Was ist denn so schlimm an meinen Posts? Was soll denn da gelogen sein?

Themen	Mögliche Reaktionen des Doktors
Sie verschärfen Vorurteile und verbreiten Verschwörungsnarrative.	Na und? Hier herrscht immer noch Meinungsfreiheit. Ab wann ist denn ein Beitrag für euch nicht mehr ok?
Sie gaukeln Echtheit vor und sind nicht belegbar.	Kann doch jeder selbst beurteilen, was er glauben will, oder?
Sie urteilen pauschal und sorgen für schlechte Stimmung.	Wieso bin ich verantwortlich für die Stimmung? Ich sage doch nur, was ich denke.
Sie setzen bewusst Bilder, Zahlen, Zitate in einen neuen Kontext.	Keine Ahnung. Die Bilder fand ich halt passend. Ist es denn meine Aufgabe, auf sowas hinzuweisen, oder wie?
Sie schüren unrealistische Vorstellungen von der Wirklichkeit.	Filter benutzt doch jeder von uns, oder? Was ist denn problematisch daran, wenn meine Bilder schöner aussehen als im Real Life?

Was war heute los?

? Kann schon sein, dass ihr Recht habt, aber Strafen gibt es doch eh keine, oder?

Thema	Mögliche Strafen
Tauben-Fake	Ein altes Katastrophenfoto wurde in einen neuen Kontext gesetzt und mit Stimmungsmache verknüpft.
Hate Speech	Belästigung der Allgemeinheit kann zu einer Geldstrafe führen.
Fake Profil	Die betreffende Person kann ihr Recht am eigenen Namen einklagen.
Ungekennzeichnete Werbung	Hier drohen hohe Geldstrafen.
Reptiloiden-Verschwörung	Nicht nur das Erstellen einer Verleumdung, sondern auch das Teilen der Inhalte kann zu Geldstrafen führen.
Datensammlung	Das vorsätzliche Ausspähen von Daten kann mit einer Geldstrafe oder Freiheitsentzug bestraft werden.

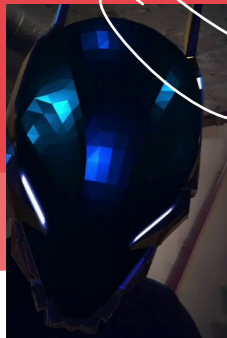
Reflexion

? Oha, das war mir nicht so klar. Aber: wir brechen doch alle mal die Regeln, oder? Ihr habt doch auch fast alle über 100 Follower.

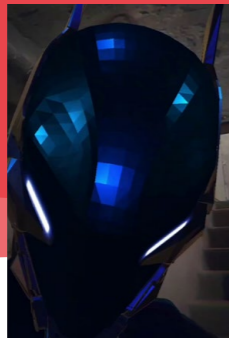
Fragen des Doktors	Mögliche Reaktionen der Teilnehmenden
Ab wann bin ich denn als Influencer*in verantwortlich?	Jeder ist für die Inhalte verantwortlich, die er im Netz teilt. Das hängt nicht von der Anzahl der Follower ab.
Beeinflussen wir wirklich alle unser Umfeld?	Wenn wir uns öffentlich äußern, dann können wir schlecht einschätzen, bei wem und wie das Geschriebene ankommt. Menschen, die uns interessant finden oder emotional nahe stehen, lassen sich leichter von uns beeinflussen als andere.
Was wäre eurer Meinung nach denn „gutes“ Beeinflussen?	Wenn ich ehrlich mit meinen Fragen und Unsicherheiten umgehe und interessiert an anderen Perspektiven bin, dann ist das sicher ein guter Start.

? Abschluss

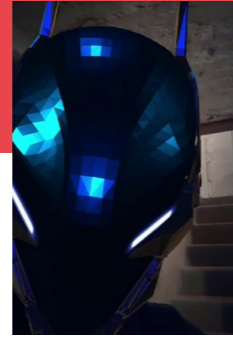
Reaktion des Doktors	Ehrlich gesagt wollte ich nur schauen, was statistisch am Besten funktioniert und ich wollte Leuten helfen, mehr Follower zu bekommen.
Wie geht es weiter?	Das sind ganz schön viele neue Infos, aber ich werde in Zukunft mehr darauf achten, keine Regeln zu verletzen.
Was machen wir jetzt?	Passt auf, ich lasse Tiger frei und verspreche mich zu bessern. Dafür liefert ihr mich nicht aus. Deal?



Ph3_3.3_Ende_1.mp4



Ph3_3.3_Ende_2.mp4



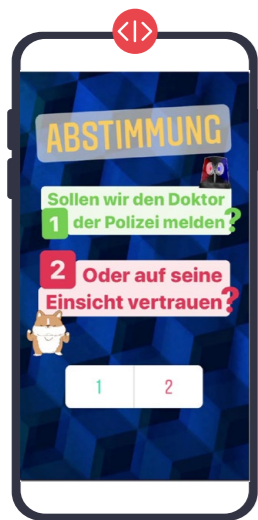
Ph3_3.3_Ende_3.mp4

So Leute. Mein Kopf tut noch ganz schön weh. Aber ich habe hier den Weg mittlerweile schon wieder raus gefunden und der Doktor hat mich tatsächlich gehen lassen, also...

danke für eure Hilfe, euer Gespräch mit dem Doktor - nicht schlecht. Ich wusste, ich kann auf euch zählen. Aber was machen wir jetzt damit? Ich bin, tatsächlich noch etwas unschlüssig, was wir jetzt...

...damit anfangen sollen: vertrauen wir hier dem Doktor, an der Stelle? Oder melden wir ihn einfach tatsächlich der Polizei?

ABSTIMMUNG!



Ph3_3.4_Finale_Abstimmung.mov



Ph3_3.4_Finale_Danke.mov

Link und Zeit zum Auswertungs-Call ergänzen.

Die Reaktionen werden im Rahmen der Auswertung wieder aufgenommen

6. AUSWERTUNG

mit Videokonferenz-Programm der Wahl oder in Präsenz.



Das Ergebnis wird erst im Rahmen der Auswertung verkündet (Zeitungsartikel Ende 1 oder 2 aus dem Ordner „Diskussions-Posts“ zeigen).

EINSTIEG

Offene Fragen / Themen aus der Konfrontation aufgreifen. Es ist möglich, dass sich die Teilnehmenden vom Charme oder den Argumenten des Doktors "einwickeln" ließen. Hier gilt es nachzusteuern und das Handeln zu reflektieren.

- ? Wie geht es euch und was ist passiert?
- ? Gibt es gutes und schlechtes Influencen?
- ? Wie können Posts wie die des Doktors Gefühle, Verhalten und das gesellschaftliche Miteinander beeinflussen?
- ? Warum habt ihr euch für Polizei/Vertrauen entschieden?

Je nach Entscheidung der Teilnehmenden wird das Ergebnis geteilt. Auf Instagram oder per Bildschirm in der Videokonferenz:



Ph3_3.6_Ergebnis_2a.mp4



Ph3_3.6_Ergebnis_2b.mp4

Korrekte End-Nachricht und Feedback-Bild aus „Diskussions-Posts“ als Bild posten.

NACH OFFENBARUNG DES ENDES

- ? Keine Sorge: Es gibt nicht wirklich ein gutes Ende - Einsatz ist immer erforderlich. Ist dieses Ende des Spiels auch so, wie es in der Realität ist? Warum?
- ? Braucht es Instaheroes? Was wären ihre Aufgaben?
- ? Welche Handlungsempfehlungen würden die Teilnehmenden ihren Mitmenschen geben?
- ? Welche Konsequenzen ziehen die Teilnehmenden für ihren eigenen Umgang auf Instagram?

DEN WORKSHOP SELBST BETREFFEND

- ? Was war neu, was hat im Kontext von Instagram überrascht?
- ? Wie empfanDET ihr das Format der interaktiven Insta-Stories?
- ? Gibt es Feedback für die Durchführenden?
- ? Wollt ihr Instaheroes werden?



7. FEEDBACKBOGEN

Um die Materialien möglichst praxistauglich zu gestalten, möchten wir sie fortlaufend diskutieren und freuen uns daher über Euer Feedback.

Übermittlung und Kontakt:

Ihr könnt diesen Feedbackbogen online ausfüllen unter:

<https://www.surveymonkey.de/r/FeedbackInstaheroes>

Den ausgefüllten Bogen könnt ihr uns per Mail schicken an:
info@politische-jugendbildung-et.de

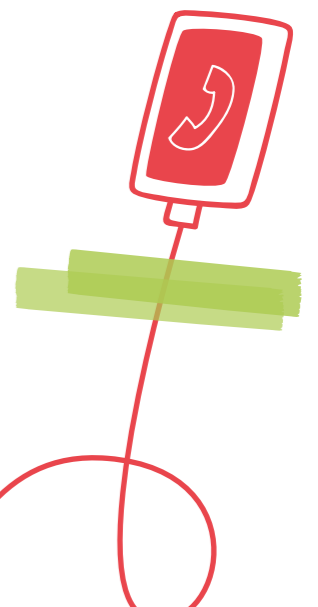
beziehungsweise postalisch:

Evangelische Trägergruppe
Auguststraße 80
10117 Berlin



Ihr könnt uns auch telefonisches Feedback geben unter:

030 28395 443
Wir rufen Euch gern zurück.



1. Wie hat Dir das Format gefallen? Kreuze an:

 Gar nicht 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Sehr 

2. Wann und wo hast Du #Instaheroes eingesetzt?

_____ Datum
Ort _____

3. Was hat Dir besonders gut gefallen?



4. Was würdest Du anders machen? Was hat Dir gefehlt?

5. Möchtest Du uns noch etwas zur Weiterentwicklung unserer Methoden mit auf den Weg geben?

6. Wie hast Du das Workshop-Format eingebettet? Haben vorher oder hinterher noch Arbeits- und Diskussionsprozesse stattgefunden? Wurde es im Rahmen eines Projekttagess eingesetzt?

Falls ja, freuen wir uns, wenn Du uns dazu kontaktierst und Materialien zur Verfügung stellst:
office@politische-jugendbildung-et.de

7. Daten zu den Teilnehmer*innen:

Wer hat teilgenommen? (Jugendliche, Multiplikator*innen etc.):

Anzahl der Teilnehmer*innen: _____

Alter der Teilnehmer*innen: _____

Weitere Angaben zu Teilnehmer*innen und zum Kontext, zum Beispiel Schulform, Rahmenveranstaltung etc.:

8. Bist Du an der weiteren Entwicklung interessiert und wenn ja, wie können wir Dich erreichen?

Name: _____

Institution: _____

E-Mail-Adresse: _____



Vielen Dank für Dein Feedback!

9. Einverständniserklärung

Die Teilnahme an dieser Evaluierung sowie die Angabe von personenbezogenen Daten erfolgt freiwillig. Die erteilte Einwilligung kann jederzeit mit Wirkung für die Zukunft durch formlose Mitteilung an die Evangelische Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung, Auguststraße 80, 10117 Berlin oder office@politische-jugendbildung-et.de widerrufen werden. Es entstehen auch keine Nachteile bei Nichterteilung oder Widerruf der Einwilligung. Darüber hinaus besteht jederzeit das Recht auf Auskunft, Berichtigung, Einschränkung der Verarbeitung, Löschung und Datenübertragbarkeit Ihrer personenbezogenen Daten sowie Beschwerde bei einer Datenschutz-Aufsichtsbehörde. Weitere Informationen zum Datenschutz erhältst Du auf unserer Internetseite

<http://www.politische-jugendbildung-et.de/datenschutz/>.

Hiermit bestätige ich, dass meine Daten zum Zweck der Auswertung und Weiterentwicklung der Methoden im Projekt „Alles Glaubenssache?“ durch die Evangelische Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung (et) gespeichert werden. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben. Im Rahmen von Veröffentlichungen werden die Daten anonymisiert.

Hiermit melde ich mich für den Verteiler von „Alles Glaubenssache?“ an. Über den Verteiler erhalte ich aktuelle Informationen zur Methodenentwicklung im Projekt „Alles Glaubenssache?“. Meine Kontaktdaten (Name, Mailadresse und Institution) werden zu diesem Zwecke von der Evangelischen Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung (et) gespeichert und nicht an Dritte weitergegeben.

Ort, Datum

Unterschrift

8. ÜBER DAS PROJEKT „ALLES GLAUBENSACHE?“

„Alles Glaubenssache?“ ist ein Projekt der Evangelischen Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung (et). Es lädt Jugendliche ein, über das Zusammenleben in einer Gesellschaft der Diversität und die Rolle von Religion in unserer Demokratie ins Gespräch zu kommen. Als primärpräventives, demokratiebildendes Angebot stärkt es diejenigen, die extreme Ansprachen erkennen und sich aktiv dagegen zu Wehr setzen wollen. In Kooperation mit Respekt Coaches, Schulen, konfessionellen und nicht-konfessionellen Partner*innen werden zeitgemäße, ressourcenorientierte Ansätze entwickelt. „Alles Glaubenssache?“ richtet sich dabei an alle Jugendlichen, unabhängig von Religion und Herkunft.

Das Projekt „Alles Glaubenssache?“ wird in der Bundesgeschäftsstelle von Ole Jantschek geleitet und von Jakob Rosenow koordiniert. Im Netzwerk der et sind dauerhaft vier regionale Fachstellen beteiligt: An der Evangelischen Akademie Bad Boll, der Evangelischen Akademie Frankfurt, der Evangelischen Akademie Sachsen-Anhalt und der Evangelischen Akademie Tutzing. Die regionalen Fachstellen setzen Veranstaltungen für Jugendliche und Multiplikator*innen um und entwickeln neue Angebote im Themenspektrum des Projektes.

Um Jugendlichen im Projektzusammenhang mit Respekt Coaches und Schulen spannende Ansätze zu bieten, entwickelt und erprobt die et gemeinsam mit unterschiedlichen Partner*innen neue Materialien und Formate. Zentrales Thema ist dabei immer das Zusammenleben in einer Gesellschaft der Diversität. Die et stößt mit Jugendlichen auch zu den kritischen Themen vor, bei denen verschiedene Erfahrungen und Meinungen aufeinanderprallen und miteinander verhandelt werden müssen. Das Projekt tritt dem tiefgehenden Misstrauen gegenüber unserer repräsentativen Demokratie entgegen und bietet Räume, in denen Jugendliche Diskussionen über gesellschaftliche und religiöse Fragen führen und sich mit eigener Voreingenommenheit auseinandersetzen. Neben der vorliegenden Methodenhandreichung liegen bereits spannende Ansätze aus dem Projekt vor. Dazu gehört eine Handreichung mit Methoden auf der Grundlage von Illustrationen sowie die Methode Klamottenkiste – ein Planspiel zu Respekt im Klassenchat.

„Alles Glaubenssache?“ wird als Projekt der politischen Jugendbildung seit 2018 vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) gefördert.

Mehr Hinweise zum Projekt und den Materialien sind auf der Projektseite zu finden:



<https://www.politische-jugendbildung-et.de/projekt/alles-glaubenssache/>

Weitere Materialien der et finden sich auf der folgenden Seite:



<https://www.politische-jugendbildung-et.de/materialien/>

9. LEITBILD DER EVANGELISCHEN TRÄGERGRUPPE FÜR GESELLSCHAFTS- POLITISCHE JUGENDBILDUNG

Ein starkes und innovatives Netzwerk

Die Evangelische Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung (et) ist ein starkes und innovatives Netzwerk. Sie verantwortet eine bundesweite gesellschaftspolitische Jugendbildung für die Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland e. V. (aej) und die Evangelischen Akademien in Deutschland e. V. (EAD). Durch regelmäßigen fachlichen Austausch, durch Qualifizierungsangebote und mehrjährige Projekte fördert die et die Entwicklung wirksamer, zeit- und jugendgemäßer Bildungsangebote. Sie gestaltet fach- und förderpolitische Debatten auf dem Feld der gesellschaftspolitischen Jugendbildung und der Jugendpolitik aktiv mit.

Evangelischer Gestaltungsauftrag

In der biblisch-christlichen Tradition setzt die et in ihrer Arbeit auf die Mündigkeit jedes*r Einzelnen und die voraussetzungslose Anerkennung aller Menschen. Sie fördert dabei gezielt Pluralismusfähigkeit und Kompetenzen zum friedlichen Ausgleich widerstreitender Interessen. Ihre Arbeit gründet auf dem Zuspruch und Anspruch des Evangeliums. Sie engagiert sich für Gerechtigkeit, Frieden und die Bewahrung der Schöpfung.

Mit Jugendlichen – für eine lebendige Demokratie

Orientiert an der Lebenswirklichkeit und den Anliegen von Kindern und Jugendlichen unterstützt die et Teilnehmer*innen darin, sich kritisch mit gesellschaftspolitischen Themen auseinanderzusetzen, sich ihrer Verantwortung für das politische Gemeinwesen bewusst zu werden und eigenständige Urteile zu bilden. Kernziel ist es, dass Jugendliche die Demokratie als eine gestaltbare Gesellschafts-, Herrschafts- und Lebensform erleben, in der sie ihre Positionen wirksam vertreten können. Dabei stehen Kompetenzen und Wertorientierungen im Fokus, die das respektvolle Zusammenleben in Diversität auf Basis der universellen Menschenrechte befördern.

In ihren Angeboten ermöglicht die et:

- die Unterstützung und Stärkung des politischen Urteils- und Handlungsvermögens von jungen Menschen
- die wissensbasierte Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen und politischen Vorgängen
- die Erweiterung analytischer, methodischer und handlungsorientierter Kompetenzen
- das Erleben und die Reflexion demokratischer Aushandlungs- und Mitbestimmungsprozesse
- die Schaffung von Lern- und Erfahrungsorten für Selbstwirksamkeit, Empowerment, die Förderung von gesellschaftlichem Engagement und politischer Teilhabe

Um diese Kernziele nachhaltig zu verfolgen, setzt sich die et Fokusthemen und gestaltet ihre Bildungsangebote nach den Prinzipien von Partizipation, Inklusion, Diversität und Gender Mainstreaming.

Impulsgeberin für Praxis, Fachdiskurs und Jugendpolitik

Die et ist eine Impulsgeberin für Bildungspraxis, Fachdiskurse und Jugendpolitik. Diese Wirkung entsteht aus dem engen Zusammenspiel der Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen, Angeboten für Multiplikator*innen und dem Transfer innerhalb eines bundesweiten Netzwerkes:

- Die Netzwerkstellen der et entwickeln im Rahmen lokaler, regionaler und länderübergreifender Netzwerke Expertise in Praxisfeldern der außerschulischen politischen Bildung. Sie initiieren und begleiten Bildungsangebote, Fachkonferenzen, Kampagnen und Aktionen.
- Regelmäßige Austauschformate, Modellprojekte und Innovationsgruppen ermöglichen es der et, gezielt neue Ansätze, Methoden und Formate für die gesellschaftspolitische Jugendbildung zu entwickeln, zu erproben und zu evaluieren.
- Ihre Erfahrungen und Erkenntnisse bringt die et im Rahmen von Publikationen, Workshops, Vorträgen und Fortbildungsangeboten aktiv in die Weiterentwicklung des Arbeitsfeldes ein. Methoden und Formate stellt sie gemeinnützigen Akteuren als Open Educational Ressource zur Verfügung und berät sie bei der Entwicklung ihrer Bildungspraxis.
- Die et versteht sich als Verstärkerin von Sichtweisen Jugendlicher, um diese im öffentlichen Diskurs erkennbar zu machen. Sie trägt diese aktiv in jugendpolitische Debatten hinein.

IMPRESSUM

Jantschek, Ole; Rosenow, Jakob; Schad-Smith, Simone (Hrsg.) (2023):
#Instaheroes – ein Onlinespiel zu Medienkompetenz. Handbuch. #etpraxistools Bd. 4.

Stand: Version 2.0, 28.02.2024

Lizenz: CC-BY-SA 4.0

Die Materialien stehen unter einer Creative Commons Lizenz 4.0 Attribute-Share Alike (CC-BY-SA).

Bei Verwendung und Weitergabe die Namensnennung wie folgt: „Evangelische Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung und Initiative Creative Gaming e. V. im Projekt „Alles Glaubenssache?““

ISBN 978-3-923071-34-0

Korrektur: Luisa Liebtrau, Anke Ziemer

Layout: www.simpelplus.de

Beteiligte

Story und Spieldesign, inhaltliche und technische Entwicklung des Materials und der Handreichung:

Jennifer Jason, Matthias Löwe, Christiane Schwinge und Heiko Wolf (Creative Gaming e. V.)

Projektleitung, Überarbeitung und Erprobung der Methode und der Handreichung:

Ole Jantschek, Luisa Liebtrau und Jakob Rosenow (Evangelische Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung)

#Instaheroes wurde im Rahmen des Projekts „Alles Glaubenssache? – Prävention und politische Bildung in einer Gesellschaft der Diversität“ der Evangelischen Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung (et) erarbeitet.

Laufend aktualisierte Informationen sind der Website zu entnehmen:

www.politische-jugendbildung-et.de/projekt/alles-glaubenssache

Das Handbuch erscheint in der Reihe #etpraxistools der Evangelischen Trägergruppe für gesellschaftspolitische Jugendbildung (et), herausgegeben von Ole Jantschek. #etpraxistools sind Materialien und Methoden für den Einsatz in der politischen Bildung. Alle #etpraxistools werden als Open Educational Ressource veröffentlicht.

Alle Materialien finden sich online:

www.politische-jugendbildung-et.de/materialien/praxistools

Förderhinweis

#Instaheroes wurde im Rahmen des Projekts „Alles Glaubenssache? – Prävention und politische Bildung in einer Gesellschaft der Diversität“ durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) gefördert.


Bildnachweis: Seiten 28, 37, 39: Rawpixel



Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



ALLES GLAUBENSACHE?

