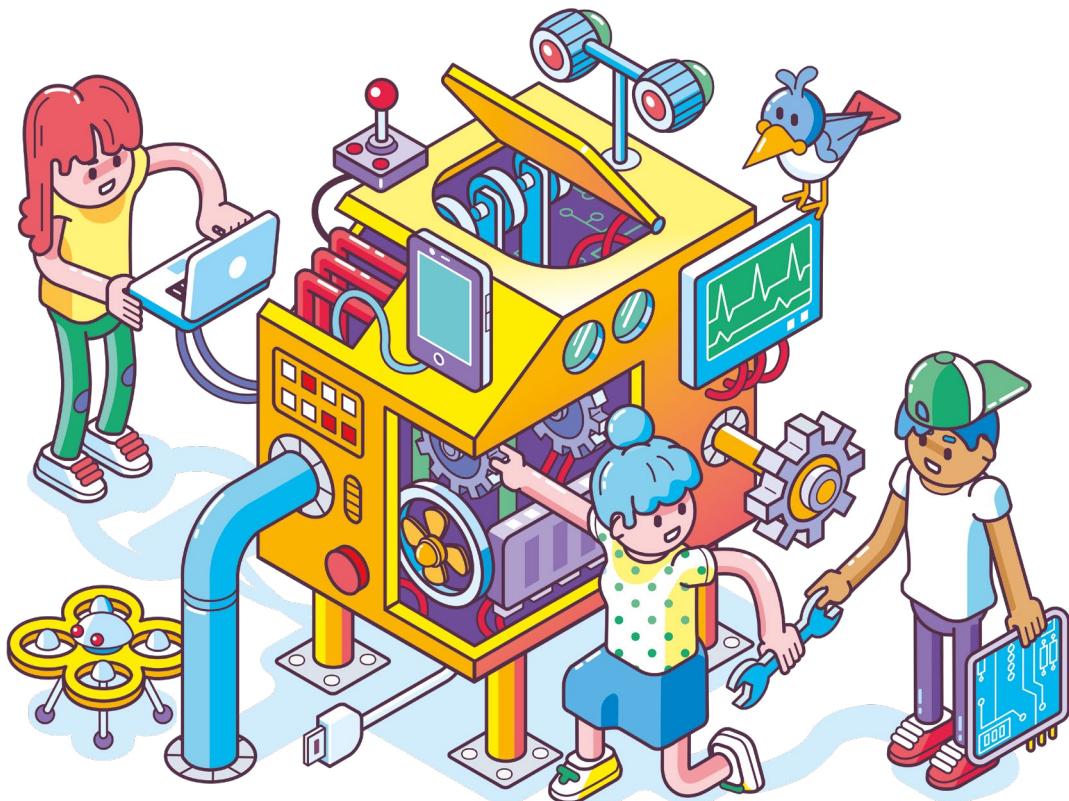
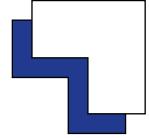


Mit digitalen Tools die Gesellschaft von morgen gestalten

Einleitung



Workshops für Jugendliche

Hintergrund

Die Lebens- und Erfahrungswelt von Jugendlichen in Deutschland hat sich innerhalb einer Generation vollkommen gewandelt: Die digitale Revolution umfasst alle Bereiche des öffentlichen und privaten Lebens, prägt unsere Beziehungen und das Zusammenleben in unserer Gesellschaft. Obwohl die Verbreitung moderner Technologien und ihre konsumorientierte Nutzung zur Kommunikation, Unterhaltung und Information bereits weit vorangeschritten ist, hinkt die breite gesellschaftliche und aktive Gestaltung der digitalen Revolution weit hinterher. In Zeiten, in denen Neologismen wie „Hate Speech“ und „Fake News“ Eingang in den politischen Diskurs finden und weltweit (auch im Netz) Populismus grassiert und wieder salofähig ist, wird deutlich, dass die wachsende digitale Teilhabe und Beschäftigung mit Technologie nicht unbedingt zu einer wachsenden sozialen Teilhabe führt¹. Es mangelt an Angeboten für junge Menschen, sich mit digitalen Mitteln in Fragen des demokratischen Zusammenlebens einzumischen. Um diesen Problemen entgegenzutreten, bedarf es einer Befähigung und Aktivierung breiter junger Zielgruppen. Maßgeblich ist hierfür nicht die reine Vermittlung von digitalen Kompetenzen, sondern eine Transferleistung zur Gestaltung von Gesellschaft und Demokratie. Dazu leisten unsere Workshops einen Beitrag.

Für wen ist dieses Handbuch?

Dieses Handbuch richtet sich an Pädagog*innen, Mitarbeiter*innen aus Jugendeinrichtungen und an Fachkräfte der (politischen) Bildung sowie der Jugend(verbands)arbeit und soll dazu befähigen, unsere Workshopformate eigenständig durchzuführen. Wir liefern eine detaillierte Anleitung und führen durch die einzelnen Schritte der Umsetzung – von der Planung, Organisation und Kommunikation bis hin zur Nachbereitung und individuellen Anpassung.

Was ist das Ziel?

In diesem Handbuch möchten wir zum einen das durch die Demokratielabore gewonnene Wissen teilen, das wir über die erfolgreiche Durchführung von Workshops für Jugendliche gesammelt haben.² Zum anderen möchten wir Interessierte dazu ermutigen, die Formate auszuprobieren und in ihre Arbeit mit Jugendlichen zu integrieren.

Index

01. Vorstellung unserer Workshops

● 1.1	Für wen sind unsere Workshop?	S. 07
● 1.2	Was wir erreichen wollen	S. 07
● 1.3	Unser pädagogischer Ansatz	S. 08
● 1.4	Warum sind die Workshops wichtig für Jugendliche?	S. 09
● 1.5	Kurzvorstellung unserer Workshopformate	S. 10
1.5.1	Newsbusters	S. 10
1.5.2	Invasion der Cybertrolle	S. 12
1.5.3	Ungehörsam	S. 13
1.5.4	Game of Thoughts	S. 15
1.5.5	Auf Mikas Spuren	S. 16
1.5.6	Überblick der Workshops	S. 18

02. Vorbereitung

● 2.1	Organisatorisches	S. 23
● 2.2	Kommunikation	S. 24
● 2.3	Social Media im Überblick	S. 26

03. Durchführung	
● 3.1 Newsbusters	S. 30
3.1.1 Übersicht zum Ablauf	S. 31
3.1.2 Ausstattung und Material	S. 32
3.1.3 Ziele-Inhalte-Methoden: Der Ablaufplan im Detail	S. 33
3.1.4 Tipps	S. 43
● 3.2 Invasion der Cybertrolle	S. 44
3.2.1 Übersicht zum Ablauf	S. 45
3.2.2 Ausstattung und Material	S. 46
3.2.3 Ziele-Inhalte-Methoden: Der Ablaufplan im Detail	S. 47
3.2.4 Tipps	S. 51
● 3.3 Game of Thoughts	S. 52
3.3.1 Übersicht zum Ablauf	S. 53
3.3.2 Gamedesign-Programm	S. 54
3.3.3 Ausstattung und Material	S. 56
3.3.4 Ziele-Inhalte-Methoden: Der Ablaufplan im Detail	S. 57
3.3.5 Tipps	S. 66
● 3.4 Ungehörsam	S. 68
3.4.1 Übersicht zum Ablauf	S. 69
3.4.2 Ausstattung und Material	S. 70
3.4.3 Ziele-Inhalte-Methoden: Der Ablaufplan im Detail	S. 71
3.4.4 Tipps	S. 80

● 3.5 Auf Mikas Spuren	S. 82
3.5.1 Übersicht zum Ablauf	S. 83
3.5.2 Ausstattung und Material	S. 84
3.5.3 Ziele-Inhalte-Methoden: Der Ablaufplan im Detail	S. 85
3.5.4 Tipps	S. 86

04. Nachbereitung	
● 4.1 Ergebnisaufbereitung	S. 89
● 4.2 Reflexion und Anpassung	S. 90
● 4.3 Kommunikation	S. 91
● 4.4 Wie geht es weiter?	S. 92

¹ Zillien, N. (2013): Digitale Spaltung – Reproduktion sozialer Ungleichheiten im Internet, bpb.de
www.bpb.de/dialog/netzdebatte/171701/digitale-spaltung-reproduktion-sozialer-ungleichheiten-im-internet

² Wir erheben jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Impressum

-
- Redaktion Sebastian Seitz, Matthias Löwe, Leonard Wolf, Lea Pfau, Nadine Stammen, Jasmin Helm, Saadya Windauer, Maria Reimer, Paula Grünwald
 - Lektorat Andrea Baron
 - Fotos OKF
 - Illustrationen Christoph Hoppenbrock
 - Design Marie Wolf, Alexander Köpke, Nadine Stammen
 - Satz Marie Wolf, Alexander Köpke
 - Druck Druckerei Rüss
 - Im Internet:
demokratielabore.de
facebook.com/demokratielabs
twitter.com/demokratielabs
instagram.com/demokratielabs
 - Kontakt:
info@demokratielabore.de
Telefon: +49 (0)30 577 036 660
Singerstraße 109, 10179 Berlin
-

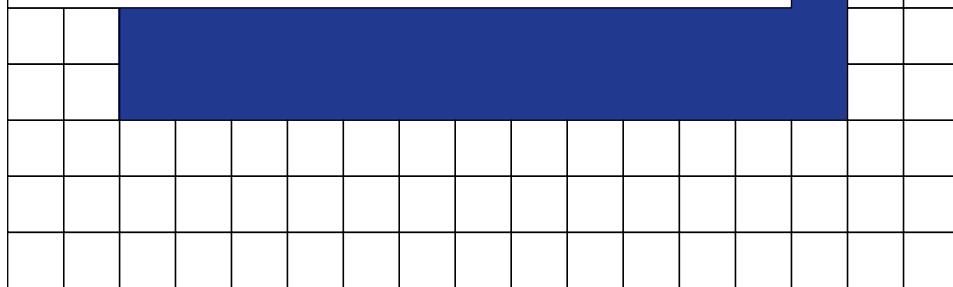
Berlin, Dezember 2017

Die Demokratielabore werden vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend im Rahmen des Bundesprogramms Demokratie leben! gefördert.



01.

Vorstellung unserer Workshops



Was ist das Ziel der Workshops? Und welche Konzepte stecken dahinter? Bevor wir näher auf die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung der Workshops eingehen, kommt hier eine kurze Einführung zu unseren Zielen, Inhalten & Formaten.

Kapitelübersicht



- | | | |
|-------|---|-------|
| ● 1.1 | Für wen sind unsere Workshops? | S. 07 |
| ● 1.2 | Was wir erreichen wollen | S. 07 |
| ● 1.3 | Unser pädagogischer Ansatz | S. 08 |
| ● 1.4 | Warum sind die Workshops wichtig für Jugendliche? | S. 09 |
| ● 1.5 | Kurzvorstellung unserer Workshopformate | S. 10 |

- 1.1 – Für wen sind unsere Workshops?
- 1.2 – Was wir erreichen wollen

1.1 Für wen sind unsere Workshops?

Unsere Workshops sind vor allem für junge Menschen zwischen 12 und 21 Jahren, die explizit nicht zur jungen technologischen Elite des Landes gehören und bisher nicht die Möglichkeit dazu hatten, sich mit digitalen und gesellschaftlichen Themen eingehender zu beschäftigen. Sie richten sich aber auch an Jugendliche, die Spaß daran haben, mehr über Aktivismus und digitale, gesellschaftliche Teilhabe zu lernen.

Wichtig ist uns bei allem die Vielfalt: Egal, ob aus der Stadt oder vom Land, aus einem Problembezirk oder Vorzeigeviertel, ob Couch-Potato oder Actionhero: Alle sind willkommen und eingeladen, an den Workshops teilzunehmen.

1.2 Was wir erreichen wollen

Mit unseren Workshops verfolgen wir vor allem zwei Ziele:

- Wir wollen Räume schaffen, in denen sich Jugendliche ausprobieren können, und sie dazu ermutigen, sich mithilfe von digitalen Kompetenzen, Werkzeugen und Technologien selbstbestimmt und aktiv an gesellschaftlichen Prozessen zu beteiligen.
- Wir wollen das Internet für und mit jungen Menschen als positiven Gestaltungsraum zurückerobern und die öffentlichen Diskurse in unserer alternden Gesellschaft um die Perspektiven Jugendlicher bereichern.

1.3 Unser pädagogischer Ansatz

Unsere Angebote basieren auf vier pädagogischen Leitsätzen:

- Gestaltungsmacht: Unsere Workshops sind ergebnisoffen – die Jugendlichen entscheiden selbst über die Details und den Ausgang.
- Kritische Mediennutzung: Unsere Workshops arbeiten praktisch mit Medien – die Ergebnisse werden anschließend analysiert und diskutiert.
- Denkmuster fordern und erweitern: Unsere Workshops fördern einen Perspektivwechsel – für eine aktive Auseinandersetzung mit anderen Meinungen.
- Spaß und Verstörung: Unsere Workshops ermöglichen einen niedrigschwelligen, spielerischen Zugang – bisherige Erfahrungen mit den behandelten Themen werden hinterfragt.

1.4 Warum sind die Workshops wichtig für Jugendliche?

Jugendliche müssen sich ihre Sichtbarkeit im öffentlichen Raum heute deutlich stärker als früher erkämpfen und größere Anstrengungen unternehmen, um mit ihren eigenen Themen in einer alternden Gesellschaft wahrgenommen zu werden.

Mit unseren Workshops schaffen wir Räume, die Jugendlichen Selbstwirksamkeitserlebnisse ermöglichen und motivieren sie damit nachhaltig, ihre Umgebung aktiv zu gestalten. Dabei sensibilisieren wir sie einerseits für verschiedenste aktuelle, gesellschaftliche Probleme, mit denen sie auch in ihrer alltäglichen Lebenswelt konfrontiert werden, z.B. Populismus oder Diskussionskultur im Netz. Andererseits geben wir ihnen auf spielerische Weise Methoden für einen sicheren Umgang mit diesen Problemen an die Hand und helfen ihnen dabei, kreative Lösungsansätze zu finden und Sachverhalte kritisch zu hinterfragen. Außerdem zeigen wir ihnen, wie sie ihre technischen Geräte nicht nur als Konsumgegenstand nutzen, sondern bewusst als Medium zur Produktion und Gestaltung einsetzen können.

Unsere Workshops tragen aber auch dazu bei, das Demokratieverständnis von Jugendlichen zu erweitern und ihnen ein Bewusstsein dafür zu geben, wo ihnen Demokratie im Alltag überall begegnet: Denn Demokratie ist mehr als Politik und geht über den Gang zur Wahlurne weit hinaus!

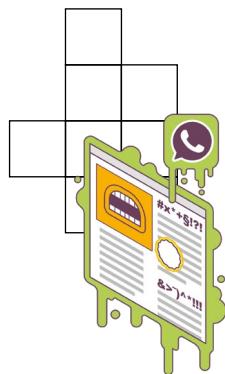
1.5 Kurzvorstellung unserer Workshopformate

Unsere Workshops wurden von Expert*innen entwickelt, wissenschaftlich evaluiert und sind konkret auf Jugendliche zugeschnitten. Sie bedienen fünf aktuelle Themen rund um Digitalisierung, Technologie und Demokratie. Jedes Format hat dabei unterschiedliche Voraussetzungen, Ziele und Anforderungen.

Hier eine Kurzvorstellung aller Workshops:

Newbusters

Skandale streuen und aufdecken – als fiktive Nachrichtenagenturen versuchen die Teilnehmenden ihre Konkurrenz hinter Licht zu führen. Wer schafft es, so genannte alternative Fakten am glaubhaftesten zu verkaufen, und wer kann sie am besten widerlegen? Gute Augen und steile Thesen gefordert! (Ausführlicher Ablauf in Kapitel 3.1)



- Themen: Medienanalyse und „Fake News“
- Dauer: Individualisierbar von 2 bis zu 4 Stunden Kernarbeitszeit
- Ziele: Sensibilisierung für das Phänomen „Fake News“, Kenntnisgewinnung zu Techniken zur Identifizierung von „Fake News“, kritisches Informationsverhalten & Mediennutzung

- Voraussetzungen & Vorkenntnisse: **Teilnehmende:** Gleiche Sprache, gängige Internetsuchmaschinen sind bekannt
Pädagogische Fachkräfte: Gängige Internetsuchmaschinen sind bekannt, Interesse an Methoden zum Thema „Fake News“
- Zielgruppe: Junge Menschen im Alter von 12 - 18 Jahren
- Anzahl Teilnehmer*innen (min/max): 6 - 24 Jugendliche (2 - 4 Personen/Gruppe)

Hintergrund des Workshops

Der Begriff „Fake News“ ist zwar seit einiger Zeit sehr verbreitet, jedoch kein neues Phänomen und unter Namen wie „Zeitungsenten“ oder „Tatarmeldungen“ schon seit dem 19. Jahrhundert bekannt.

Die häufigsten Gründe für Falschmeldungen sind mangelnde Recherche oder die Darstellung falscher Zusammenhänge durch Journalist*innen. Sie können aber auch als Spielart von Satire eingesetzt werden. Eine weitere Variante sind bewusst falsch dargestellte Nachrichten, die das Ziel verfolgen, die Öffentlichkeit für die eigenen politischen oder geschäftlichen Interessen zu täuschen. Außerdem gibt es noch kommerzielle „Fake News“, die als sogenanntes „Clickbait“ eine möglichst weite Verbreitung erlangen sollen, um Werbeeinnahmen generieren. Generell birgt die Diskussion um falsche Nachrichten sehr viele Fallstricke: Was wahr oder falsch ist, entspricht häufig auch der subjektiven Einordnung der Menschen und ihrem Vertrauen in die Medien. Bei all diesen Einordnungen spielt die tatsächliche Faktentreue der Nachricht jedoch oft keine Rolle.³

Der Workshop sensibilisiert für das Thema durch einen bewussten Rollenwechsel und vermittelt Recherchefähigkeiten und Techniken zur Identifikation von „Fake News“.

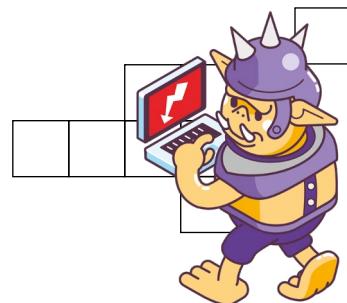
³ – vgl. Reuter, M. (2017):

Fake-News, Bots und Sockenpuppen – eine Begriffsklärung, Netzpolitik.org.

netzpolitik.org/2016/fakenews-social-bots-sockenpuppen-begriffsklaerung#fakenews

Invasion der Cybertrolle

Argumente gegen Trolle – in diesem Workshop verwandeln sich die Teilnehmenden in digitale Abenteuer-Gruppen, die bewaffnet mit Smartphone oder Tablet sowie der helfenden Stimme der Spielleitung Licht in die dunklen Gewölbe sozialer Plattformen bringen müssen. Gegen die dort lauernden Trolle helfen aber weder Schwerter noch Zauber, sondern nur gute Argumente und Redegeschick! (Ausführlicher Ablauf in Kapitel 3.2)



● Themen:	Diskussionskultur im Netz
● Dauer:	2 Stunden
● Ziele:	Stärkung der Argumentationsfähigkeit und Wehrhaftigkeit bei Provokationen, Anerkennung anderer Meinungen, Teamarbeit, Strategieentwicklung
● Voraussetzungen & Vorkenntnisse:	Teilnehmende: Deutsche Sprache Pädagogische Fachkräfte: Interesse an Brett- und Rollenspielen, erste Erfahrungen mit „Hate Speech“ im Internet
● Zielgruppe:	Junge Menschen im Alter von 12 - 21 Jahren
● Anzahl Teilnehmer*innen (min/max):	6 - 24 (3 - 4 Personen/Gruppe)

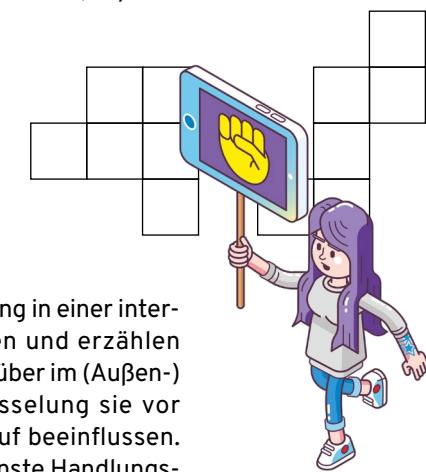
Hintergrund des Workshops

Ein großer Teil der Kommunikation zwischen Jugendlichen findet mittlerweile im Netz statt – z.B. auf Instagram, Facebook, Snapchat oder über Messengerdienste wie WhatsApp. Auf sozialen Netzwerken können Jugendliche jedoch auch so genannten Trolle oder „Hate Speech“ begegnen. Als Troll bezeichnet man eine Person, die in der Netzkommunikation durch gezielte Provokation, Störung oder Beleidigung, z.B. in Kommentarspalten oder Gruppen, auffällt. Trolle agieren dabei sowohl mit ihrem echten Namen, unter dem Namen anderer, einem Pseudonym oder anonym.⁴ Unter dem Deckmantel dieser Anonymität kommt es häufig zu hitzigen Debatten, teilweise auch unabsichtlich. Im Workshop werden Handlungsmöglichkeiten entdeckt, erprobt und diskutiert.

4 – vgl. Reuter, M. (2017):
Fake-News, Bots und Sockenpuppen – eine Begriffsklärung,
 Netzpolitik.org.
netzpolitik.org/2016/fakenews-social-bots-sockenpuppen-begriffsklaerung#fakenews

Ungehörsam

Gut und verrückt demonstrieren – Stadteroberung in einer interaktiven Rallye! Die Teilnehmenden erarbeiten und erzählen dabei eine fiktive Geschichte ihres Stadtviertels über im (Außen-) Raum platzierte QR-Codes, deren Entschlüsselung sie vor Entscheidungen stellt, die den weiteren Verlauf beeinflussen. So erschließen sich Stück für Stück verschiedenste Handlungsstrände und die Teilnehmenden lernen geheime Informationen an realen Plätzen zu verstecken. (Ausführlicher Ablauf in Kapitel 3.3)



● Themen:	Kreative Meinungsäußerung
● Dauer:	4 Stunden bis 2 Tage
● Ziele:	Förderung von kreativer Gestaltung des öffentlichen Raumes zwecks Meinungsäußerung & Diskussionskultur, Erstellung einer QR-Code-Rallye und interaktiver Geschichten, Teamwork

- Voraussetzungen & Vorkenntnisse: **Teilnehmende:** keine

Pädagogische Fachkräfte: Betreuung der Teilnehmenden während der Rallye im Außenraum

-
- Zielgruppe: Junge Menschen im Alter von 15 - 21 Jahren

-
- Anzahl Teilnehmer*innen (min/max): Bis zu 20 Jugendliche

Hintergrund des Workshops

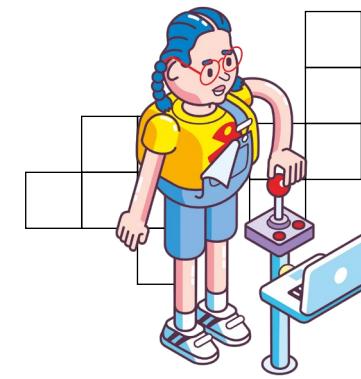
Gerade in urbanen Gegenden schreitet die Gentrifizierung seit mehreren Jahren voran – Luxussanierungen lassen die Mieten steigen, Grünflächen weichen Neubauprojekten und es stellt sich die Frage: Wem gehört eigentlich die Stadt? Auch im ländlichen Raum erleben wir eine als kritisch einzustufende Entwicklung. Aufgrund der geringen Chancen- und Entwicklungsmöglichkeiten zieht es viele junge Menschen in größere Städte, wodurch die kleineren Orte und Dörfer immer mehr überaltern und zu Regionen für Tourismus und Senioren werden.

Um die Stadt zurück zu erobern, sind in den letzten Jahren immer mehr kreative Formen der öffentlichen Mitgestaltung entstanden, die sich außerhalb der klassischen Stadtplanung befinden: Politisch motivierte Graffiti und Sticker, Community-Projekte wie Urban Gardening und das Verschönern von Baumstämmen und Laternenpfählen mit Strickwaren sind nur einige Beispiele, die deutlich machen sollen, dass nicht nur Investor*innen und Politiker*innen, sondern vor allem die Anwohner*innen und auch Jugendliche das Recht auf Mitbestimmung und Mitgestaltung ihres Lebensraums haben.

Der Workshop fördert die kreative Meinungsäußerung und Formen der Stadtgestaltung mit digitalen Mitteln.

Game of Thoughts

Kleine Spiele selbst gemacht – In kurzer Zeit und ohne Vorkenntnisse verwandeln die Teilnehmenden das, was sie gerade umtreibt, und die Frage „Was müsste man daran mal ändern?“ in digitale Spiele! In diesem Workshop erlernen sie so nicht nur die Grundlagen des Gamedesigns, sondern auch, ihre Meinungen interaktiv erfahrbar zu machen.
(Ausführlicher Ablauf in Kapitel 3.4)



-
- Themen **Meinungsbildung**
 - Dauer: 4 Stunden bis 3 Tage
 - Ziele: Gesteigertes Interesse & Fähigkeit an Meinungsbildung und Meinungsäußerung, Ausdruck in interaktivem Medium, Teamwork
 - Voraussetzungen & Vorkenntnisse: **Teilnehmende:** keine
Pädagogische Fachkräfte: Generelles Interesse an (Computer-)Spielen, Bereitschaft sich auch nach dem Training mit dem Game-Editor auseinander zu setzen
 - Zielgruppe: Junge Menschen im Alter von 12 - 21 Jahren
 - Anzahl Teilnehmer*innen (min/max): Bis zu 20 Jugendliche

Hintergrund des Workshops

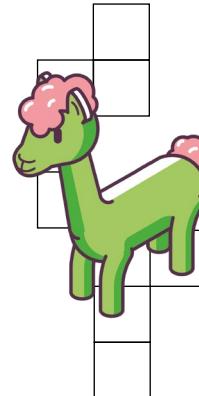
Computerspiele sind heutzutage viel mehr als bloße Unterhaltung: Immer mehr Entwickler*innen setzen auf Storylines mit politischen Botschaften oder Methoden, die klassisches lineares Gameplay hinterfragen. Die „BioShock“-Reihe beschäftigt sich z.B. mit dystopischen Gesellschaftsexperimenten und Genmanipulation, während „The Stanley Parable“ den Spielenden die Möglichkeit gibt, mit ihren Handlungen entweder blind der vorgegebenen Erzählung zu folgen oder bewusst einen anderen Weg zu gehen.

Kern des Workshops ist es, zu entscheiden, welche Handlungsmöglichkeiten den Spielenden in bestimmten Situationen offen stehen und welche Konsequenzen ihnen folgen, um somit Meinungen wirkungsvoll und interaktiv erfahrbar zu machen.

Auf Mikas Spuren (Escape Room: Populismus)

Mika ist verschwunden! Die Eltern sind fassungslos. Sie befürchten, dass irgendetwas nicht stimmt – Mika benahm sich in letzter Zeit sehr merkwürdig. Um herauszufinden, was passiert ist, haben die Teilnehmenden eine Stunde Zeit in Mikas Zimmer auf Spurensuche zu gehen und das Rätsel zu lösen!

(Ausführlicher Ablauf in Kapitel 3.5)



● Themen:	Umgang mit Populismus
● Dauer:	2-4 Stunden
● Ziele:	Sensibilisierung für das Thema Populismus, Kenntnisgewinnung zu Techniken zur Identifizierung von populistischen Nachrichten, kritisches Informationsverhalten, Toleranz gegenüber anderen Meinungen

● Voraussetzungen & Vorkenntnisse:	Teilnehmende: keine Pädagogische Fachkräfte: Vorherige Auseinandersetzung zum Thema Populismus, Bereitschaft zum Rollenspiel
● Zielgruppe:	Junge Menschen im Alter von 15-21 Jahren
● Anzahl Teilnehmer*innen (min/max):	4-30 Jugendliche



Hintergrund des Workshops

„Escape Games“ erfreuen sich zunehmender Beliebtheit und ermöglichen Gruppen von Spielenden für eine kurze Zeit in einen begrenzten, thematisch und szenisch gestalteten Raum einzutreten, um sich durch das Lösen von Rätseln wieder aus ihm zu befreien oder eine Aufgabe darin zu bewältigen.

Im Workshop wird dieses Prinzip auf das Thema Populismus übertragen: So begegnen die Teilnehmenden vielen, teils widersprüchlichen Aussagen und werden sowohl räumlich als auch inhaltlich von populistischen Eindrücken umgeben. Diese als solche zu erkennen und Handlungsstrategien zu entwerfen ist das Ziel des Spieles.

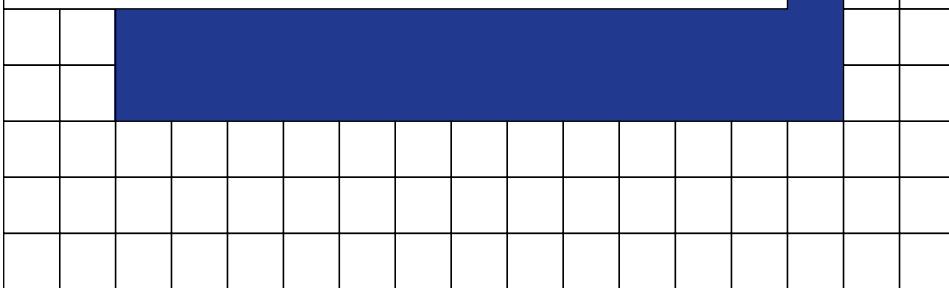
Überblick der Workshops



Workshop	Thema	Länge	Alter der Teilnehmenden	Level der Umsetzung	Material
● Newsbusters	„Fake News“	2 - 4 Std.	12 - 18 Jahre	Einfach	Laptops
● Invasion der Cybertrolle	„Hate Speech“	2 Std.	12 - 21 Jahre	Mittel	Brettspiel und Tablets
● Ungehörsam	Kreative Meinungsäußerung	4 Std. - 2 Tage	15 - 21 Jahre	Mittel	Laptops und Tablets / Handys
● Game of Thoughts	Meinungsbildung	4 Std. - 3 Tage	12 - 21 Jahre	Komplex	Laptops
● Auf Mikas Spuren	Populismus	2 - 4 Std.	15 - 21 Jahre	Komplex	Escape Room

02.

Vorbereitung



Ihr habt euch für einen oder auch mehrere Workshops entschieden? Toll! Bevor es richtig losgehen kann, gibt es im Vorfeld aber einiges zu klären: Ist das benötigte Material vorhanden? Braucht ihr Unterstützung durch Teamer*innen? Und wo kündigt ihr euer Event an? Dies sind die wichtigsten Punkte, die bei der Planung eines Workshops zu beachten sind.

Kapitelübersicht



- | | | |
|-------|---------------------------|-------|
| ● 2.1 | Organisatorisches | S. 23 |
| ● 2.2 | Kommunikation | S. 24 |
| ● 2.3 | Social Media im Überblick | S. 26 |

2.1 Organisatorisches

Die Planung startet mit der Terminfindung: Wo und wann findet der Workshop statt? Wie viele Jugendliche werden voraussichtlich daran teilnehmen? Habt ihr dafür ausreichend Platz in eurer Einrichtung oder zieht ihr in eine größere Location um?

Vielleicht lässt sich der Workshop auch mit einem anderen Event verbinden, in eine Projektwoche integrieren oder ihr kennt Expert*innen, die zusätzlich einen Vortrag zu dem Thema halten können. Wenn ihr plant, einen Workshop über mehrere Stunden oder Tage zu veranstalten, ist außerdem an Verpflegung und gegebenenfalls Übernachtungsmöglichkeiten für die Teilnehmenden zu denken.

Steht der Termin, ist noch zu klären, wer den Workshop leiten wird und wer dabei unterstützen kann. Wir empfehlen euch, die Workshops immer mindestens zu zweit durchzuführen, und wenn ihr mögt, eine weitere Person damit zu beauftragen, das Event und die Ergebnisse fotografisch zu dokumentieren. Findet sich dafür ein kleines Team aus eurer Einrichtung zusammen oder könnt ihr noch externe Verstärkung gebrauchen? Gerne helfen wir euch dabei, geeignete Teamer*innen aus unserer Community zu finden.

Jeder Workshop hat seine eigenen Anforderungen, auch im Hinblick auf Ausstattung, Technik und Material. Während die „Newsbusters“ nicht ohne Laptops und gut funktionierendes WLAN auskommen, wird für „Ungehörsam“ eine eigene App benötigt, die QR-Codes produzieren kann. Womit der Veranstaltungsräum ausgestattet sein muss (z.B. Tische, Stühle, Beamer) und welche Materialien für den jeweiligen Workshop gebraucht werden (z.B. Tablets, Drucker, Stifte), könnt ihr Kapitel drei entnehmen.

2.2 Kommunikation

Wenn ihr alles Organisatorische geklärt habt, kann die Außenkommunikation für euer Event starten. Wo könnt ihr die Veranstaltung ankündigen? Welche Materialien benötigt ihr dazu? Und habt ihr Pressekontakte, die Lust haben, darüber zu berichten?

Für die Ankündigung habt ihr verschiedene Möglichkeiten: Ihr könnt klassisch analog vorgehen und Werbung mit Postern, Plakaten und Flyern machen, die ihr in eurer Einrichtung und eurer Stadt verteilt. Der Vorteil daran ist, dass ihr viele Menschen in eurer unmittelbaren Umgebung direkt erreicht und so vielleicht auch Jugendliche auf euch aufmerksam werden, die euch bisher noch nicht kannten.

Digital ist aber noch mehr drin: Ihr könnt das Event auf eurer eigenen Website und im Newsletter bewerben. Ihr könnt zudem befreundete Jugendeinrichtungen, Partnerorganisationen oder gegebenenfalls euren Träger bitten, die Veranstaltung auf ihren Kanälen zu verbreiten. Außerdem bieten viele regionale Zeitungen z.B. einen Online-Veranstaltungskalender an, in dem solche Events platziert werden können. Falls ihr auf Social Media Plattformen unterwegs seid, gibt es auch hier viele Möglichkeiten euer Netzwerk zu nutzen: In [Facebook](#)-Veranstaltungen könnt ihr z.B. gezielt Personen zu eurem Workshop einladen und regelmäßig mit Infos und Neuigkeiten zu den Vorbereitungen, den Inhalten oder Ähnlichem deren Neugier steigern. Auf [Twitter](#) könnt ihr u.a. unter einem bestimmten [Hashtag](#), alle wichtigen,

Erläuterung zu den einzelnen Plattformen findet ihr auf der nächsten Seite

[facebook.com](#)

[twitter.com](#)
gekennzeichnet durch #

lustigen und spannenden Infos und Bilder im Vorfeld verbreiten. Toll wäre es auch, wenn ihr vor dem Event ein paar engagierte Jugendliche findet, die z.B. Lust haben, eine [Instagram](#) Story während des Workshops zu machen. Eurer Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt!

Was ihr bei der Ankündigung noch berücksichtigen solltet, ist die Anmeldung zu eurem Event: Wenn ihr den Workshop auf eine bestimmte Teilnehmer*innenzahl beschränkt, ist eine Anmeldung vorher wichtig. Wie diese ausgestaltet ist, liegt ganz bei euch. Bevorzugt ihr einen persönlichen Mailkontakt oder ist die Anmeldung mit Hilfe eines Tools, wie [Mailchimp](#), [Meetup](#) oder [Google Forms](#) sinnvoller? Im selben Schritt könnt ihr von den Jugendlichen auch eine Einverständniserklärung der Eltern für Fotos oder Video-/Audioaufnahmen einfordern.

[instagram.com](#)

[mailchimp.com](#)

[meetup.com/de-DE/](#)

[docs.google.com/forms/u/0/](#)

Wenn ihr ein größeres Event plant, könnt ihr die örtliche Presse dazu einladen. Dies lohnt sich in den meisten Fällen allerdings erst, wenn der Workshop in einen größeren Rahmen, wie eine Aktionswoche, eingebunden oder eine sehr große Teilnehmer*innenzahl zu erwarten ist. Dazu schickt ihr am besten mindestens ein bis zwei Wochen vorher eine Presseeinladung mit allen wichtigen Daten zur Veranstaltung, ein paar Hintergrundinfos sowie einer Kontaktperson an eure bestehenden Pressekontakte. Wenn es sich anbietet, könnt ihr eine Pressemitteilung schreiben, die am Tag der Veranstaltung noch einmal an die Journalist*innen verschickt wird. Bereitet in jedem Fall eine kleine Pressemappe mit der Einladung bzw. Pressemitteilung, einem Flyer oder Einseiter eurer Einrichtung und Ähnlichem vor. Diese könnt ihr bei Bedarf an die Medienvertreter*innen verteilen. Benennt unbedingt eine*n Ansprechpartner*in aus eurem Team, der oder die für alle Presseangelegenheiten während eures Events zuständig ist und ggf. auch für ein Interview zur Verfügung steht.

2.3 Social Media im Überblick

Welche Kanäle eignen sich am besten für welches Ziel?

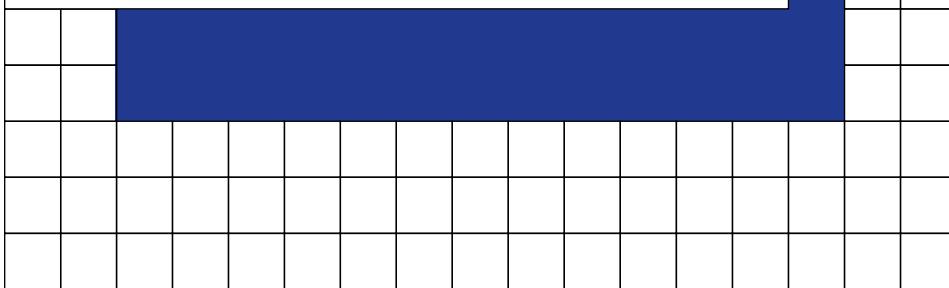
Welche Inhalte können hier verbreitet werden? Eine Auswahl:

Plattform	Ziel	Inhalte
● Twitter	Verbreitung der Projektidee und Inhalte, Interesse bei Multiplikator*innen und Förder*innen wecken	Inhalte: Ankündigungen von Workshops, Links zu Blogbeiträgen, ggf. zum YouTube-Kanal, Live-Updates
● Facebook	Interesse für Workshops wecken und zur Teilnahme motivieren	Facebook-Veranstaltung: Ankündigungen von Workshops/Events, regelmäßige Updates, Bilder von der Vorbereitung, Links zu Blogbeiträgen, Newsletter und ggf. zum YouTube-Kanal, Stream während des Events, Rückblick
● Instagram	engagierte Jugendliche ermutigen, selbst über die Workshops zu schreiben/ Inhalte zu teilen und so andere zu aktivieren; zeigen, dass Jugendliche auch eigene Ideen umsetzen können	Ansprechende Fotos, Updates über Instagram Storys

Achtung, Achtung: Eure Social-Media-Kampagnen sollten gut in das gesamte Kommunikationskonzept eurer Einrichtung passen. Nutzt die Plattformen, die ihr sowieso schon bedient und auf denen ihr ggf. schon Follower habt!

03.

Durchführung

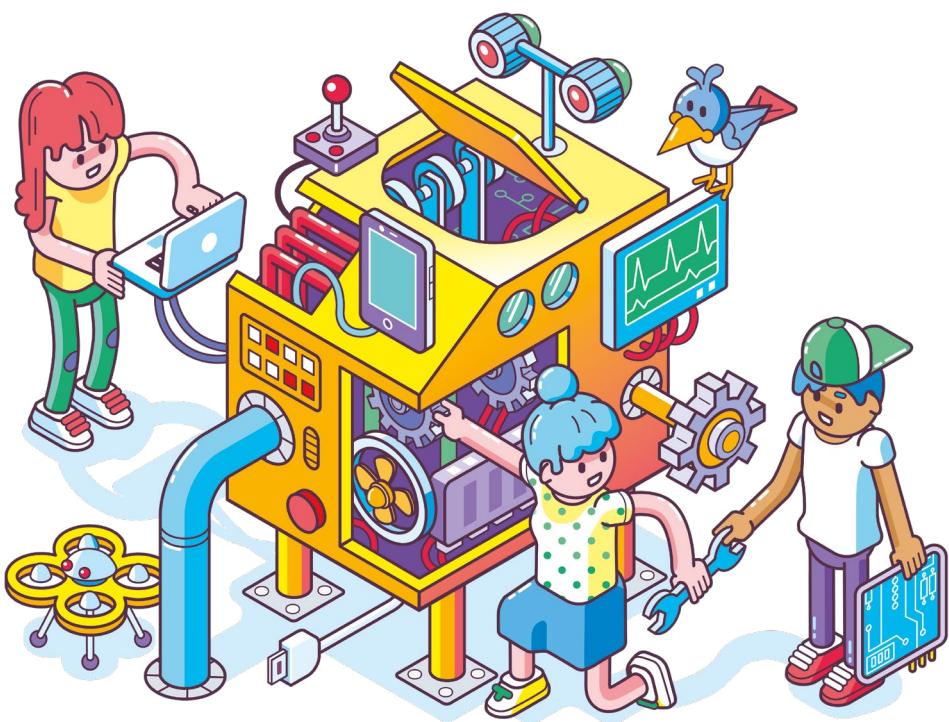


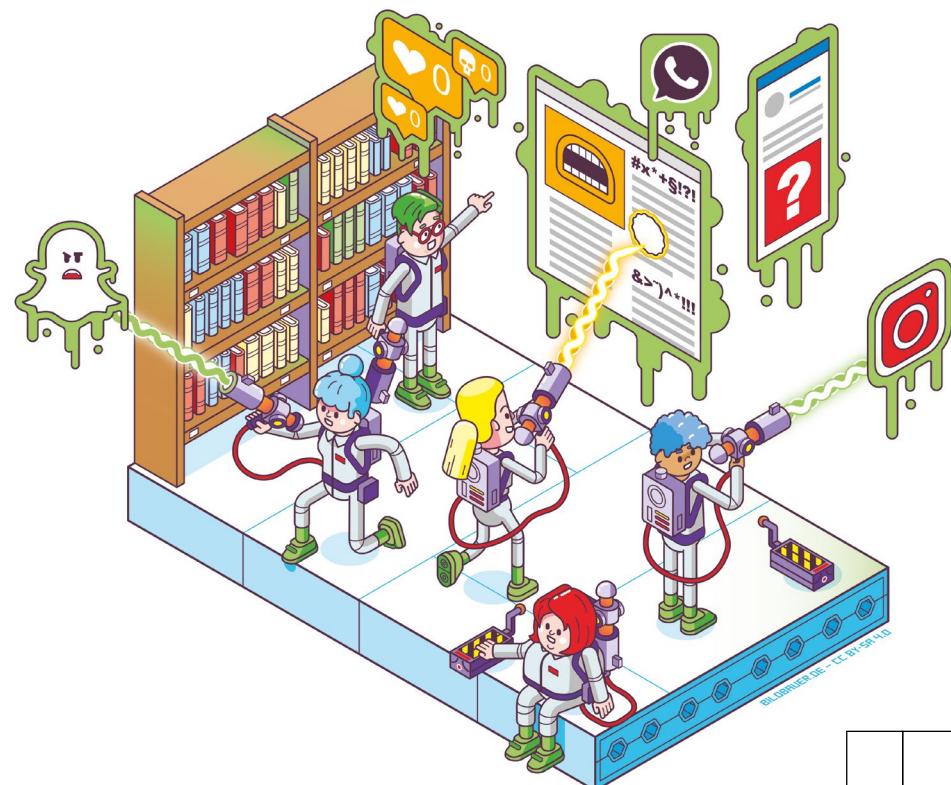
Der Termin rückt näher, die Einladungen sind verschickt und ihr röhrt fleißig die Werbetrommel? Dann kann es ja losgehen! Im folgenden Teil erklären wir euch den Ablauf des jeweiligen Workshops noch einmal übersichtlich und detailliert (nach Zielen, Inhalten und Methoden), inklusive der Materialien und Ausstattung, die ihr dazu benötigt.

Kapitelübersicht



● 3.1	Newbusters	S. 30
● 3.2	Invasion der Cybertrolle	S. 44
● 3.3	Game of Thoughts	S. 52
● 3.4	Ungehörsam	S. 68
● 3.5	Auf Mikas Spuren	S. 82





Übersicht zum Ablauf

Zu Beginn des Workshops finden sich Teams von ca. zwei bis vier Jugendlichen zusammen, die eine fiktive Nachrichtenagentur gründen. Jede Agentur gibt sich einen Namen und definiert für sich Themengebiete, über die sie berichten will, z.B. Fußball, Action-filme oder Donald Trump. Anschließend recherchieren die Gruppen Schlagzeilen und Stories zu diesen Themen im Internet und verfassen ausgehend davon eigene Meldungen, die teilweise korrekt, teilweise aber auch mit Fehldarstellungen und Unwahrheiten gespickt sind (mindestens eine echte und eine falsche Nachricht pro Agentur).

Mithilfe bereits existierender Bausätze wie [Mozilla Goggles](https://goggles.mozilla.org), [24aktuelles](https://24aktuelles.com) oder [Paul Newsman](https://paulnewsman.com) werden die Meldungen inklusive Titel und Foto im Stil bekannter Nachrichtenseiten veröffentlicht und zwischen den Gruppen ausgetauscht. Die Gruppen müssen dann die Fehler und Falschinformationen ihrer Konkurrenten finden und versuchen diese durch eine faktenbasierte Gendarstellung aufzudecken. Es gewinnt das Team, das die glaubwürdigsten „Fake News“ erstellt und selbst die meisten Falschnachrichten aufdecken kann.

Im Anschluss werden die eigenen Methoden diskutiert und weitere vorgestellt. Außerdem gibt es in Quizrunden reale Beispiele von „Fake News“, deren Auswirkungen und Umgang mit ihnen gemeinsam diskutiert werden.

goggles.mozilla.org
24aktuelles.com
paulnewsman.com

Ausstattung & Material

Um diesen Workshop durchführen zu können, braucht ihr folgende Ausstattung unbedingt:

- Gute Internetverbindung
- Laptops (einer für zwei Personen)
- Beamer, Lautsprecher, Präsentationsrechner
- Drucker (wenn möglich WLAN-fähig und in Farbe)
- Kreppband oder Tesa
- Stifte

Folgende Ausstattung wäre zusätzlich sinnvoll:

- Flipchart
- USB-Sticks
- Kleine Koffer für Handouts und Stifte
- Musik
- Getränke, Snacks, Skittles / M&M's o.ä.

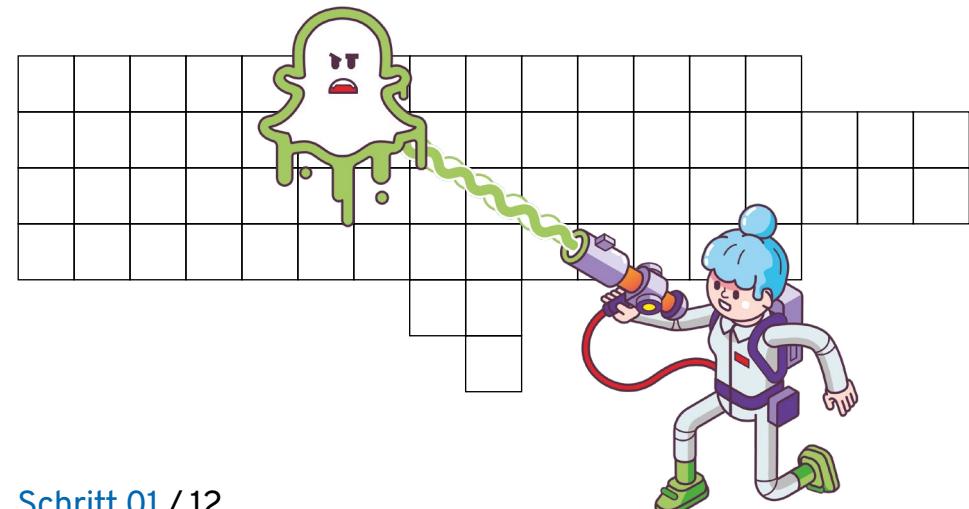
Diese Materialien werden für den Workshop gebraucht:

- Hilfsblätter: „Fake News“ und Speichern
- Arbeitsblatt: Agentur-Logo und Hashtags
- Urkunden
- Vor- und Nachher-Quiz
- Ablaufplan

Alle Materialien sind unter folgendem Link online einsehbar und können jederzeit kostenfrei heruntergeladen werden:

demokratielabore.de/workshops/newsbusters

Ziele-Inhalte-Methoden: Der Ablaufplan im Detail



Schritt 01 / 12

- | | |
|------------|--|
| ● Minuten | 5 - 10 (skalierbar: länger bei sich nicht kennenden Gruppen) |
| ● Ziel | Lust machen, Anteasern des Themas |
| ● Inhalt | Themeneinführung |
| ● Methode | Input, Fragerunde: Was interessiert euch besonders (worüber informiert ihr euch)?

Anschließend: Einführung in das fiktive Setting: Die Newsbusters suchen Nachwuchs! Alle Teilnehmenden sind Bewerber*innen, um Mitarbeiter*innen bei der besten Anti-„Fake News“-Zeitung zu werden. Dazu zunächst ein Kennenlernen, dann sollen sie eigene kleine Agenturen gründen und im Teamplay die besten Nachrichten schreiben, mithilfe von „Fake News“ andere auflaufen lassen und selbst die Versuche der anderen erkennen. |
| ● Material | Kein Material benötigt |

Schritt 02 / 12

● Minuten	10
● Ziel	Meinungen und Eigenschaften anderer kennenlernen
● Inhalt	Warm Up
● Methode	Alle die ...? (Spiel 32) im Stuhlkreis
● Material	praxis-jugendarbeit.de/spielesammlung/spiele-kennenlernspiele.html

Schritt 03 / 12

● Minuten	5
● Ziel	Durchmischung
● Inhalt	Gruppenbildung
● Methode	Nach Ende des Spiels bleiben die Teilnehmer sitzen und werden durchgezählt, sodass sich gleichgroße Gruppen bilden. Bei 16 Teilnehmenden eignen sich vier 4er-Gruppen, die jeweils zwei Laptops erhalten. Arbeitstische sollten schon vorbereitet sein, Koffer mit Handouts stehen bereit.
● Material	Geheimkoffer mit Handouts, Kreppband und Stiften

Optional

● Minuten	2
● Ziel	Gruppenzusammenhalt, Identität
● Inhalt	Nachrichtenagentur gründen
● Methode	Name + Themen + Logo entwerfen lassen. Logo auf Koffer befestigen. Die Agentur, die als erstes fertig ist, erhält einen Punkt.

● Material	Arbeitsblätter Agentur-Logo und Hashtags, Kreppband, Flipchart (zum notieren der Punkte und Agenturnamen)
------------	---

Optional

● Minuten	10
● Ziel	Intro: Fakten
● Inhalt	Toolkit
● Methode	Handouts zu „Fake News“, Indikatoren, Pressekodex, Formate von Nachrichten
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 04 / 12

- Minuten 20
- Ziel Intro: Fakes – Auf Problematik aufmerksam machen
- Inhalt Quiz 1
- Methode Fake oder nicht Fake? Inkl. kurzer Diskussion

- Material Quiz 1

Schritt 05 / 12

- Minuten 10
- Ziel Tool kennenlernen
- Inhalt Intro: 24 aktuelles
- Methode Tool vorstellen, Aufgabenstellung: Jedes 2er-Team vor einem Laptop soll zwei News verfassen, eine davon sind „Fake News“. Am Ende als PDF speichern und mit WLAN-Drucker direkt ausdrucken lassen.

- Material Kein Material benötigt

Schritt 06 / 12

- Minuten Pro Nachricht 15 Min. (skalierbar auf Anzahl der Nachrichten)
- Ziel Methoden kennenlernen, sich in Schreiber*innen hineinversetzen
- Inhalt Schreibphase
- Methode Teilnehmende anleiten sich zu einigen, welches Thema sie bearbeiten wollen. Heranführen an die Aufgaben: Schreiben, Bilder suchen, Recherchieren. Auch auf Handouts verweisen. Schreiben lassen und Gruppen bedarfsweise unterstützen.

- Material Ein Laptop für 2 Personen

Schritt 07 / 12

- Minuten 10
- Ziel Erholung
- Inhalt Kurze Pause
- Methode Sammeln der Nachrichten (ggf. noch ausdrucken)

- Material ca. 50 Blatt Papier

Schritt 08 / 12**Kurzvariante**

● Minuten	Pro Nachricht 5 Min.
● Ziel	Methoden erkennen, Nachforschungsmöglichkeiten wahrnehmen, Haltungen begründen, kritisch Hinterfragen
● Inhalt	Vorstellung und Quiz
● Methode	Jede Gruppe stellt ihre News vor, andere entscheiden via Handzeichen, ob sie wahr oder falsch sind und begründen ihre Entscheidung. Nachfragen gelten als Nachforschen, die News-Schreiber*innen müssen also wahrheitsgemäß antworten. Die Agentur, mit der ersten richtigen Meldung erhält einen Punkt. Wurde ein Fake nicht erkannt, erhält die erstellende Agentur einen Punkt.
● Material	Kein Material benötigt

Optional**Langvariante**

● Minuten	Optional
● Ziel	Methoden erkennen, Nachforschungsmöglichkeiten wahrnehmen, Haltungen begründen, kritisch Hinterfragen
● Inhalt	Weitere Analysephasen
● Methode	Nochmals an andere Gruppe Weitergeben
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 08.1 / 12**Langvariante**

● Minuten	Pro Nachricht 10 Min.
● Ziel	Methoden erkennen, Nachforschungsmöglichkeiten wahrnehmen, Haltungen begründen, kritisch Hinterfragen
● Inhalt	Analysephase
● Methode	Nachrichten werden in entsprechende Koffer gepackt und zum Start in die Mitte des Raumes gestellt. Gruppen schnappen sich Koffer mit den News einer anderen Gruppe und untersuchen sie auf „Fake News“. Sind welche erkannt, müssen sie sich eine Begründung und Richtigstellung überlegen.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 08.2 / 12**Langvariante**

● Minuten	Pro Nachricht 5 Min.
● Ziel	Reflexion
● Inhalt	Vorstellung der Ergebnisse
● Methode	Vermeintliche „Fake News“ und Richtigstellung präsentieren, Aufklärung durch Beiträger*innen; Erkannte „Fake News“ geben den Finder*innen einen Punkt, übersehene den Schreiber*innen.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 09 / 12

● Minuten	10
● Ziel	Outro (Encore): Können „Fake News“ im Vergleich zu vorher besser erkennen (hoffentlich)
● Inhalt	Quiz 2
● Methode	Quiz 2, gespielt als „1, 2 oder 3“: Teilnehmer*innen positionieren sich pro Nachricht auf einer von drei Bahnen („Fake News“, Nachprüfen/Recherchieren und Nicht-„Fake News“). Der/die Leiter*in animiert zum Umherlaufen, um andere Spielende zu verwirren. Nach Ablauf des Countdowns wird die richtige Lösung gezeigt. Es gibt keine Punkte: Die Newsbusters wollen sehen, ob alle etwas gelernt haben.
● Material	Tape, um die Felder auf dem Boden zu markieren, Licht- oder Soundsignal, um die richtige Antwort anzuzeigen, Musik während der Auswahl-Phase

Schritt 10 / 12

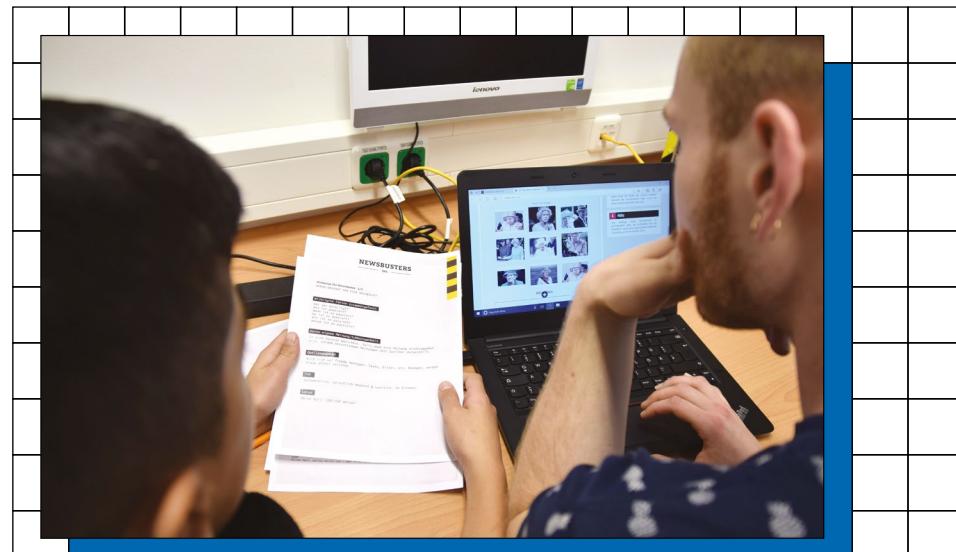
● Minuten	Parallel zu Outro
● Ziel	Eigenexpertise wahrnehmen
● Inhalt	Jury
● Methode	Aus jeder Gruppe ein Jury-Mitglied wählen: Alle ziehen sich mit der Leitung und den produzierten „Fake News“ zurück und bewerten gemeinsam Nachrichten (verschiedene Indikatoren möglich: lustig, realistisch, wütend, Bildwahl, Wortwahl etc.), jede Agentur erhält eine Urkunde für erfolgreich platzierte „Fake News“.
● Material	Urkunden

Schritt 11 / 12

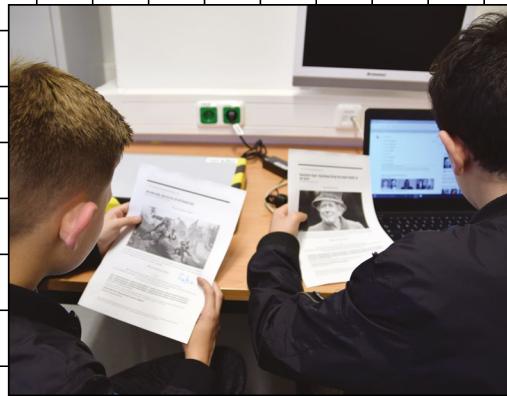
● Minuten	10
● Ziel	Jeder ist Gewinner, „Fake News“ sind unterschiedlich
● Inhalt	Juryentscheidung
● Methode	Jedes Jury-Mitglied präsentiert eine Urkunde und entsprechenden „Fake News“, Glückwünsche an Gewinner. Anschließend: Punktzahlen anschauen und verkünden, dass alle Ergebnisse zufriedenstellend für die Newsbusters waren: Alle werden aufgenommen!
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 12 / 12

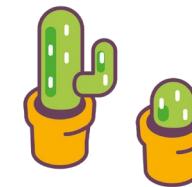
● Minuten	15
● Ziel	Realitätsbezug herstellen
● Inhalt	Diskussion
● Methode	Frage beantworten, ggf. Skittles / M&M's für richtige Antworten verteilen: häufige Themen und Ereignisse, wiederkehrende Feindbilder, Adressat (weißer Wutbürger?), angesprochene Gefühle. Frage: Was war am hilfreichsten beim „Enttarnen“?
● Material	Mehrere Packungen Skittles



Die in den Workshops verwendeten Tools unterscheiden sich in ihrer Komplexität und können individuell an die jeweilige Gruppe angepasst werden.



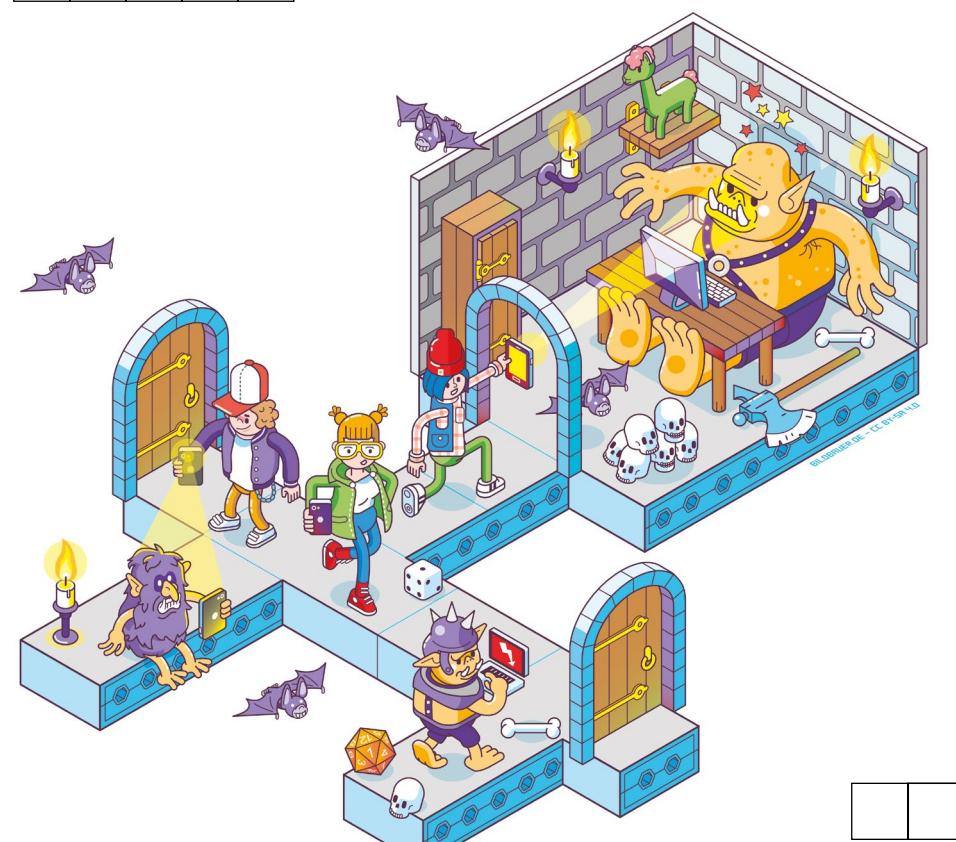
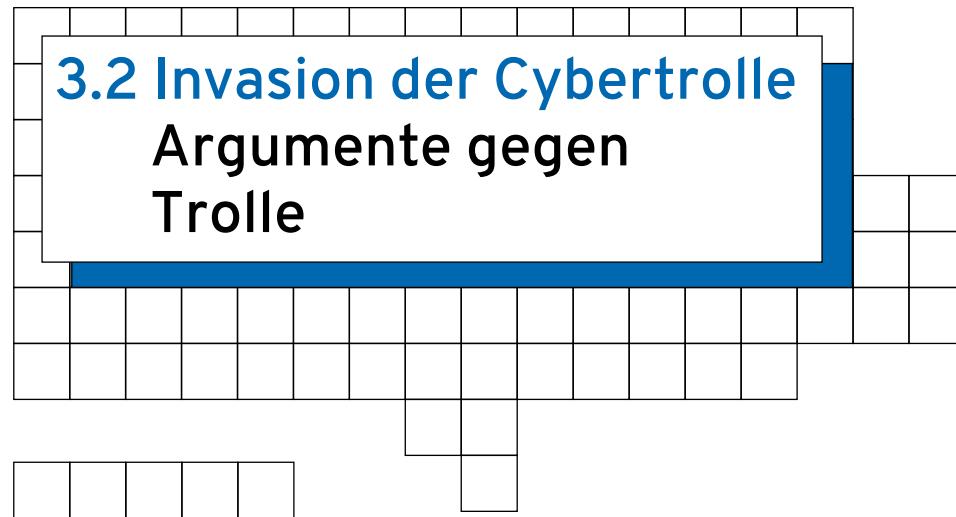
Jugendliche arbeiten in unseren Workshops immer in Teams zusammen, sodass sie sich gegenseitig, auch über Altersgrenzen hinweg, unterstützen können.



Tipps

Hier noch ein paar Tipps, die die Durchführung des Workshops erleichtern:

Testet am besten vor Beginn des Workshops die Druckfunktionalität aller Laptops im WLAN. Haltet USB-Sticks bereit für den Fall, dass der Drucker über das WLAN nicht funktioniert. Dann solltet ihr auch eine längere Pause einplanen, in der ihr die Dateien auf den Stick ziehen und ausdrucken könnt. Zum Einstieg ist das Tool 24 aktuelles empfehlenswert. Bei weiteren Durchführungen könnt ihr gerne auch Paul Newsman und Mozilla Goggles ausprobieren.



Übersicht zum Ablauf

Die Teilnehmenden werden nach einem Warm-up in Gruppen eingeteilt und suchen sich je eine von vier möglichen Spielfiguren mit unterschiedlichen Fähigkeiten aus. Anschließend startet das Abenteuer: Im Brettspiel „Invasion der Cybertrolle“ gilt es, das digitale Königreich von den Trollen zu befreien. Spielort sind die sozialen Plattformen und Netzwerke. Dort müssen Aufgaben gelöst und Gegnern getrotzt werden, die die Spielenden mit Anfeindungen konfrontieren. Statt klassischer Kämpfe sind diese jedoch nur durch bestimmte Verhaltensweisen zu besiegen: Dafür ist es zunächst wichtig herauszufinden, wie man „Trolle“ im Netz erkennt und mit ihnen umgeht, „Hate Speech“ verhindert und in Debatten argumentativ punkten kann.

Das System des Brettspiels ist simpel genug, um sehr schnell erlernt und verstanden zu werden, schafft aber dennoch Anreize und einen Rahmen für die Handlungsmöglichkeiten der Spieler. Alle Teilnehmenden können sich daher ganz auf die gemeinsame Geschichte konzentrieren. Eine App führt durch das Spiel und die Begegnungen, in der mehrere Lösungsstrategien möglich sind. Zum Abschluss sollen sie gegenseitig vorgestellt und auf reale Wirksamkeit untersucht werden.

Ausstattung & Material

Um diesen Workshop durchführen zu können, braucht ihr folgende Ausstattung unbedingt:

- Internetverbindung oder zuvor installierte App
- Tablets (eines pro Gruppe)
- Beamer

Folgende Ausstattung wäre zusätzlich sinnvoll:

- Flipchart
- Getränke, Snacks

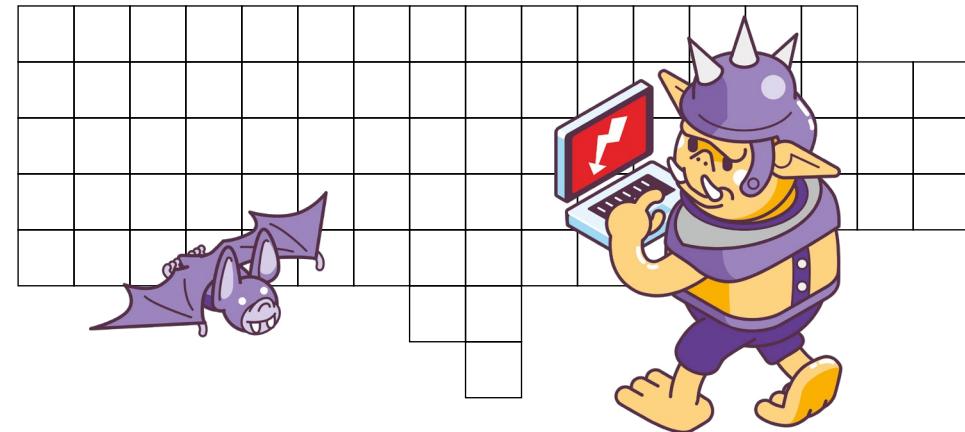
Diese Materialien werden für den Workshop gebraucht:

- Handout zu Spielregeln im Detail
- Spielmaterial zum Ausdrucken
- App
- Ninja-Regeln zum Ausdrucken
- Auswertungspräsentation
- Ablaufplan

Alle Materialien sind unter folgendem Link online einsehbar und können jederzeit kostenfrei heruntergeladen werden:

demokratielabore.de/workshops/invasiondercybertolle

Ziele-Inhalte-Methoden: Der Ablaufplan im Detail



Schritt 01 / 06

- | | |
|------------|--|
| ● Minuten | 5 |
| ● Ziel | Lust machen |
| ● Inhalt | Einleitung |
| ● Methode | Überblick: Wir wollen ein Rollenspiel spielen. Wer ist von euch oft online/offline, hat unterschiedliche Rollen, ist in Foren, Messengern, Netzwerken unterwegs?

Wem sind schon Trolle untergekommen? Heute geht es darum, wie wir mit ihnen umgehen und dabei noch ein ganzes Königreich retten! |
| ● Material | Kein Material benötigt |

Optional	
● Minuten	10
● Ziel	Teamwork, Perspektivwechsel und Gruppenbildung
● Inhalt	Warm-up
● Methode	Es wird „Ninja“ gespielt. Statt Ninjas schlüpfen alle aber in die Rollen ihrer Lieblingshelden.
● Material	ludocity.org/wiki/Ninja

Schritt 02 / 06

● Minuten	10
● Ziel	Spielvorbereitung
● Inhalt	Spielmaterial kennenlernen, Einigung auf Rollen
● Methode	Teilnehmende finden sich zu Gruppen von vier Personen zusammen. Jede Gruppe nimmt Platz an einem Tisch auf dem das Brettspiel mit all seinen Elementen, inklusive der App (am besten auf einem Tablet; PC oder Handy geht aber auch). Per Klick auf den Startknopf leitet die App durch das Spiel: Zunächst sollen die Teilnehmer*innen sich auf die Rollen einigen und sich die entsprechenden Figuren und Charakterbögen bereitlegen.
● Material	Material zum Ausdrucken und App: demokratielabore.de/workshops/invasiondercybertolle

Schritt 03 / 06

● Minuten	5
● Ziel	Story und Regeln
● Inhalt	App führt ins Spiel ein
● Methode	Die App begrüßt den Spieler und führt ihn in die Welt ein: Das Cyberreich ist überrannt von Hass und fiesen Trollen und muss gerettet werden. Das Spiel beginnt und die App erklärt, was man im Spielzug machen kann.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 04 / 06

● Minuten	60
● Ziel	Praktisches Erleben, Gruppenzusammenhalt, Erkennen von Trollen und Umgang mit ihnen
● Inhalt	Kernspiel
● Methode	Grundlegend: Die Mitte des Spielbrettes muss freigehalten werden. Kleine Trolle entspringen vier nahegelegenen Räumen und ziehen in Richtung Mitte. Trifft man auf diese, gilt es, Entscheidungen zu Situationen zu fällen, die über die App erläutert werden. Gelangen die Spielenden in die Räume, können sie versuchen, diese von dem dort ansäßigen Ober troll zu befreien. Dazu können sie mithilfe ihrer Fähigkeiten verschiedenste Informationen einholen und sich dann für unterschiedliche Verhaltensweisen entscheiden. Sind alle Räume befreit, ist das Spiel gewonnen.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 05 / 06

● Minuten	5
● Ziel	Spielerische Reflexion
● Inhalt	Spieldatenanalyse
● Methode	Auswertung der Charakterbögen, auf denen vermerkt wurde, welche Verhaltensweisen gegenüber kleinen und großen Trollen probiert wurden und welche wie oft erfolgreich waren.
● Material	Tape, um die Felder auf dem Boden zu markieren, Licht- oder Soundsignal, um die richtige Antwort anzuzeigen, Musik während der Auswahl-Phase

Schritt 06 / 06

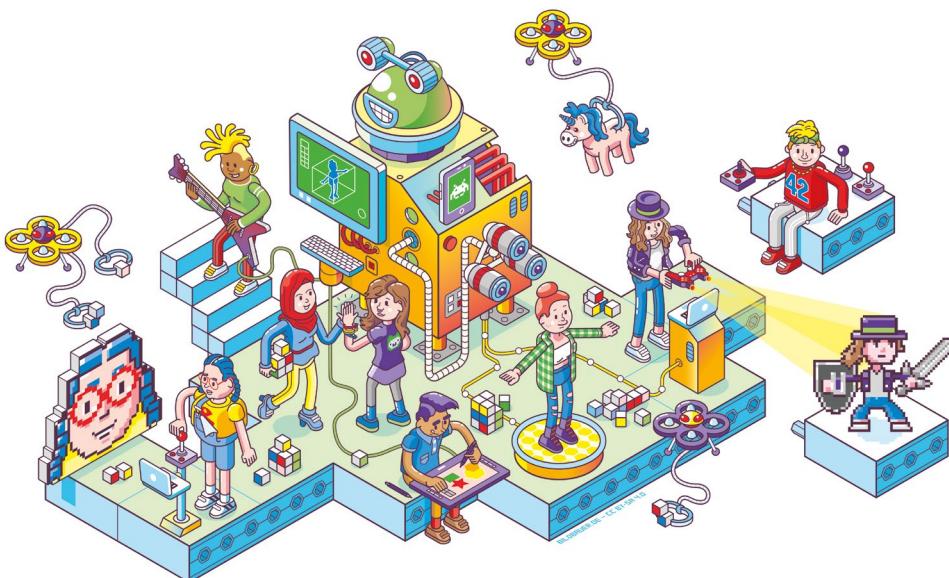
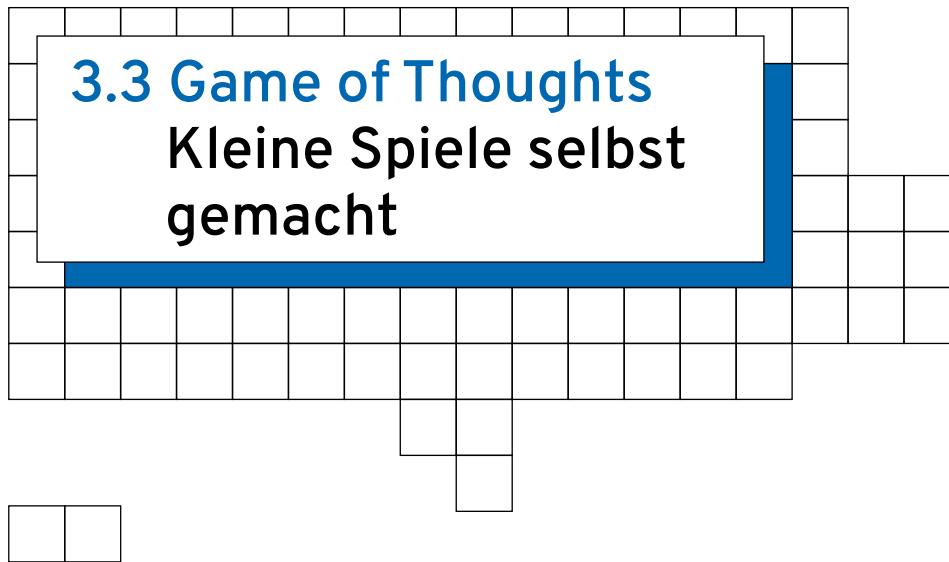
● Minuten	30
● Ziel	Reflexion
● Inhalt	Workshopauswertung
● Methode	Zielscheiben zu den vier Oberrollen im Spiel, geviertelt mit Fragen wie „Direkte Erfahrung“, „Kenne ich“, „Hatte ich im Umfeld“, „Finde ich sehr/wenig schlimm“. Grundfragen diskutieren: <ul style="list-style-type: none">• Wie habt ihr euch entschieden?• Was würdet ihr in der Realität machen?• Trollarten: Kennt ihr weitere?• Wie kann man ihre Verhaltensweisen erkennen?• Handlungsmöglichkeiten: Gibt es noch mehr?• Und welche funktionieren eurer Meinung nach gut?
● Material	bpb.de/lernen/grafstat/partizipation-vor-ort/155252/zielscheibe-zur-evaluation



Tipps

Hier noch ein paar Tipps, die die Durchführung des Workshops erleichtern:

Bitte bedenkt, dass es bei mehreren Gruppen in einem Raum schnell sehr laut werden kann und lasst daher genug Platz zwischen ihnen bzw. verteilt sie, wenn möglich, in mehrere kleinere Räume.

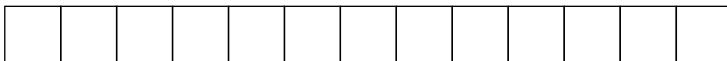


Übersicht zum Ablauf

Nach einem Input zu Grundlagen des Gamedesigns und dem Thema Meinungsäußerung werden zunächst kleine, bereits existierende Games ausprobiert und diskutiert. Die Teilnehmenden finden sich anschließend in kleinen Gruppen zusammen und setzen erste Ideen und Erkenntnisse in Form von analogen Brettspielen um – und erlernen so schnell und einfach die Grundlagen von Spielmechaniken.

Im nächsten Schritt wird es digital: In einem Tutorial lernen die Teilnehmenden den Spiel-Editor kennen und starten in die eigentliche Projektphase. Dabei wird ein „Erklär-Spiel“ für ein bestimmtes Zielpublikum, wie befreundete Kinder, Eltern, Lehrende etc., entwickelt. Nachdem zur Lebenswelt passende Themen wie Schule, Geld, Gefühle, Toleranz, Wahl oder Identität durch die Spielleiter*innen vorgeschlagen wurden, geht es mit Hilfestellungen – z.B. Einschränkungen wie „alle Sounds müssen selbstgemacht sein“, „das Spiel muss nur mit einem Knopf spielbar sein“ usw. – in die Ideenfindung.

Zunächst entwirft jedes Team ein Spieletekonzept und stellt es den anderen vor. Dann wird der Entwurf mithilfe von digitalen Tools und Mentor*innen in die Praxis umgesetzt. Ein erster Testlauf der Gruppen untereinander nach knapp zwei Dritteln der Entwicklungszeit stellt sicher, dass das Konzept noch realistisch ist und das Spiel inhaltlich wie technisch funktioniert. Die Mentor*innen stehen hierzu die gesamte Zeit über mit Rat und Tat zur Seite. Am Ende präsentieren alle Gruppen ihre Werke und probieren sie gegenseitig aus. Nach dem Workshop werden die Spiele zudem auf einer Internetplattform veröffentlicht.



Gamedesign-Programm

Hier eine Auswahl an Programmen, die wir für das Gamedesign empfehlen können:



Programm	Info	Online / Offline	Sprache	Komplexität
● Bitsy	Visuelle Interactive Fiction (Zelda)	Online	Kaum: Englisch	Sehr niedrig
● Twine	Interactive Fiction (Gamebooks)	Beides	Verschiedene	Niedrig
● Kodu	3D Multiplayer, Adventure ... mit vorbereiteter Optik	Offline	Symbole, Deutsch	Mittel
● Construct	Platformer, Adventure mit eigenen Grafiken / Sounds etc.	Beides	Oft: Englisch	Fordernd

Ausstattung & Material

Um diesen Workshop durchführen zu können, braucht ihr folgende Ausstattung unbedingt:

- Laptops mit Mäusen und Headsets
- Beamer mit Lautsprechern
- Brettspielsammlung
- Moderationsmaterial (Papier, Stifte, Marker, Tape, Klebepunkte, etc.)

Folgende Ausstattung wäre zusätzlich sinnvoll:

- Internetverbindung
- Flipchart
- Getränke, Snacks

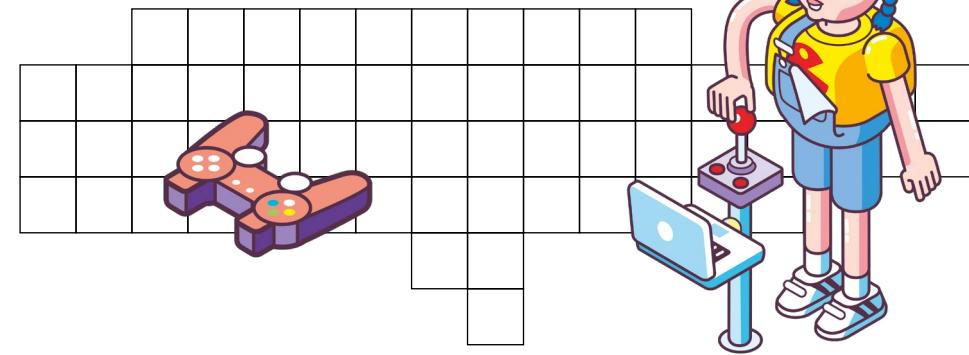
Diese Materialien werden für den Workshop gebraucht:

- Anleitung Brettspielremix
- Einführung ins Gamedesign
- Handouts Kodu, Construct, Twine, Bitsy
- Ablaufplan

Alle Materialien sind unter folgendem Link online einsehbar und können jederzeit kostenfrei heruntergeladen werden:

demokratielabore.de/workshops/gameofthoughts

Ziele-Inhalte-Methoden: Der Ablaufplan im Detail



Optional

● Minuten	15
● Ziel	Kennenlernen untereinander, Regelkonstrukte verinnerlichen
● Inhalt	Warm-up
● Methode	Turtle Wushu Streetgame
● Material	Kleine Scheiben oder Centstücke für alle Teilnehmenden Regeln: ludocity.org/wiki/Turtle_Wushu

Optional

● Minuten	30 - 60
● Ziel	Tool-Vorstellung
● Inhalt	Input, eventuell mit Mini-Übungen
● Methode	Bei kurzen Workshops empfiehlt es sich, sich auf ein Tool zu beschränken und dieses zu erklären. So erlernen die Teilnehmenden schnell die Rahmenmöglichkeiten. Ist noch genügend Zeit, sollten sie es in kurzen Übungen austesten.
● Material	kein Material benötigt

Schritt 01 / 10

● Minuten	10
● Ziel	Einführung ins Thema und Überblick
● Inhalt	Input
● Methode	Aufgabe: Entwickelt ein Erklärspiel. Zunächst muss eine Zielgruppe festgelegt werden (Kinder, Eltern, Lehrer, ...). Anschließend werden Themenvorschläge eingebracht (Krieg, Schule, Geld, Gefühle, Toleranz, Wahl, Identität, ...) und ergänzt. Hilfestellungen werden durch optionale Einschränkungen geboten („alle Sounds müssen selbstgemacht sein“, „das Spiel muss mit nur einem Knopf spielbar sein“).
● Material	Präsentation

Schritt 02.1

● Minuten	30 (5 Min. allein, 15 Min. in Gruppen, 10 Min. für Poster)
● Ziel	Horizont erweitern, Gruppenbildung und Reflexion
● Inhalt	Ideen erarbeiten
● Methode	Die Teilnehmenden überlegen sich zunächst jeweils eine eigene Idee, die anschließend einer von mehreren Kleingruppen vorgestellt wird. Die Gruppen überlegen gemeinsam und stellen je eine gemeinsam entwickelte Idee auf Postern dar, die gut verteilt an den Wänden des Raumes angebracht werden. Eine Gruppe sollte im besten Fall eine Idee erarbeiten, bei keiner Einigung sind auch mehrere möglich.
● Material	A2 Blätter, Stifte, Tesa

Schritt 02.2

● Minuten	1 (pro Gruppe)
● Ziel	Überblick gewinnen
● Inhalt	Ideenpräsentation
● Methode	Die Gruppen stellen ihre Ideen am Poster kurz (!) vor.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 02.3

● Minuten	10 (Kombinierbar mit Pause)
● Ziel	-
● Inhalt	Zuordnung zu Ideen
● Methode	Losgelöst von den vorherigen Gruppen: Alle stellen sich zu dem Poster, auf dem die Idee steht, bei der sie mithelfen möchten. Hilfestellung durch Mentoren: Wie komplex könnte das Spiel werden? Welches Tool eignet sich? Sind Fähigkeiten in Grafik, Sound, Schreiben, Programmieren vorhanden?
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 03.1

● Minuten	20
● Ziel	Fokusierung auf Umsetzbarkeit
● Inhalt	Spielidee im Detail konzipieren
● Methode	Folgende Fragen abarbeiten: <ul style="list-style-type: none"> • Wie sieht das Spiel visuell aus? • Wer übernimmt welche Aufgabe? • Was ist die Storyline? • Für wen ist es? • Welche Entscheidungen müssen die Spielenden treffen?
● Material	Handout Spielkonzepte

Schritt 03.2

● Minuten	1
● Ziel	Rücksprache halten
● Inhalt	Einverständnis für das Konzept einholen
● Methode	Erst wenn die Mentoren mit dem Konzept einverstanden sind, kann mit der Spielentwicklung begonnen werden. Das Einverständnis erhält die Gruppe nach Bewertung der Umsetzbarkeit, der Story und des Themas.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 04 / 10

● Minuten	Skalierbar: mind. 1h, eher 2h, bis 5 Tage
● Ziel	Teamverständnis, Auseinandersetzung mit Thema und Tool
● Inhalt	Entwicklung
● Methode	Kern des Workshops: Je nach Anwesenheitsdauer und Alter der Teilnehmenden kann das Gamedesign-Tool vorgegeben oder offen gelassen werden. Als erstes sollten sie sich mit dem Tool der Wahl auseinandersetzen: Was kann es? Was nicht? Kleine Tests sind wichtig. Anschließend muss eine Priorisierung erfolgen: Was macht die Gruppe in welcher Reihenfolge? Aufgaben im Team sollten verteilt werden. Bei längeren Workshops ergibt es Sinn, die Tage nach Zielen aufzuteilen (Konzept / Prototyp / Fertigstellung des Spiels).
● Material	PCs, Mäuse, Stifte, Papier, Kopfhörer, eventuell Mikrofone bzw. Headsets, Handouts für Tools

Schritt 05 / 10

● Minuten	Je nach Anzahl der Gruppen und Länge des Workshops ca. 30 Min. Kann über mehrere Tage wiederholt werden
● Ziel	Konstruktives Feedback erlernen
● Inhalt	Testrunde
● Methode	Alle testen die Spiele der anderen. Auf jedem Tisch liegt ein Zettel bereit, auf dem Feedback hinterlassen werden kann (Was kann verbessert werden? Wie fühlt man sich bei den Entscheidungen, die das Spiel fordert? Generell auf Konsequenzen/Bewertung von Entscheidungen achten: Belohnt oder Bestraft das Spiel bestimmte Vorgehensarten? Warum?)
● Material	Notizblöcke / Feedback-Papier, Stifte

Schritt 06 / 10

● Minuten	10 (nach jeder Testrunde)
● Ziel	Reflexion
● Inhalt	Diskussion
● Methode	Kurz gemeinsam auf Konsequenzen/Bewertung von Entscheidungen hinweisen: Gibt es andere Sichtweisen? Wie lautet der aktuelle Stand? Braucht jemand Hilfe, sind alle zufrieden? Erstellung einer Priorisierungsliste für die nächsten Aufgaben.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 07 / 10

● Minuten	Mind. 1h bis 3h
● Ziel	Priorisierung erlernen
● Inhalt	Finalisierung
● Methode	Feedback einbauen, Spiel fertigstellen: Dazu gehören vor allem Details wie die Entwicklung eines Startscreens oder die Möglichkeit, nach Ende des Spiels wieder von vorne beginnen zu können.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 08 / 10

● Minuten	30 (bei größeren Teams auch parallel zur Finalisierung)
● Ziel	Konzentration auf das Wesentliche
● Inhalt	Präsentation vorbereiten
● Methode	Präsentation mit ca. 3 Slides vorbereiten (Titel, Screenshots). Inhalt, Zielpublikum, Perspektive, Botschaft
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 09 / 10

● Minuten	30 (bei größeren Teams auch parallel zur Finalisierung)
● Ziel	Wertschätzung der eigenen Arbeit
● Inhalt	Dokumentation online stellen
● Methode	Für die eigene Wertschätzung, aber auch damit sich nicht alle Ergebnisse in Luft auflösen, sollten alle Projekte dokumentiert und auf einer Webseite zur Verfügung gestellt werden. Am ehesten bietet sich eine der vorhandenen Plattformen an, alternativ eignet sich aber auch ein beliebiger Cloud-Speicherdiens (Google Drive, Microsoft OneDrive, Dropbox etc.) aus dem die Mentoren anschließend z.B. einen zusammenfassenden Blog-Artikel generieren können.
● Material	Online-Plattform (Webseite, Blog, Cloud-Speicher o.ä.)

Schritt 10 / 10

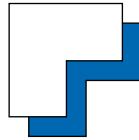
● Minuten	2 (pro Gruppe)
● Ziel	Eigene Expertise kennenlernen
● Inhalt	Präsentation
● Methode	„Flipped Classroom“: Das Thema und die Botschaft des Spiels sollen präsentiert werden, und zwar in kurzer Zeit, angelehnt an die Form eines Werbespots. Je nach Größe des Projektes kann dieser Schritt öffentlich, sprich mit Einladung der Eltern stattfinden.
● Material	Präsentations-Setup (Beamer, Lautsprecher, Bestuhlung)

Optional

● Minuten	1h - offenes Ende
● Ziel	Horizont erweitern
● Inhalt	Offenes Spielen
● Methode	Jede*r kann alle Spiele ausprobieren, es gibt Essen und Getränke und Gespräche sind ausdrücklich erwünscht!
● Material	Essen / Getränke

Parallel zu offenem Ende

● Minuten	-
● Ziel	Reflexion
● Inhalt	Bewertungsscheiben
● Methode	Fragen zu Spielen werden von den Mentor*innen und den Spielenden bewertet, und zwar in Form einer geteilten Zielscheibe: Wie empfindet man die Botschaft? Realistisch, gut, schlecht? Will die Gruppe noch weitere Spiele konzipieren? Wie schwierig war es? Wurde die Botschaft verständlich übergebracht?
● Material	bpb.de/lernen/grafstat/partizipation-vor-ort/155252/zielscheibe-zur-evaluation



Tipps

Hier noch ein paar Tipps, die die Durchführung des Workshops erleichtern:

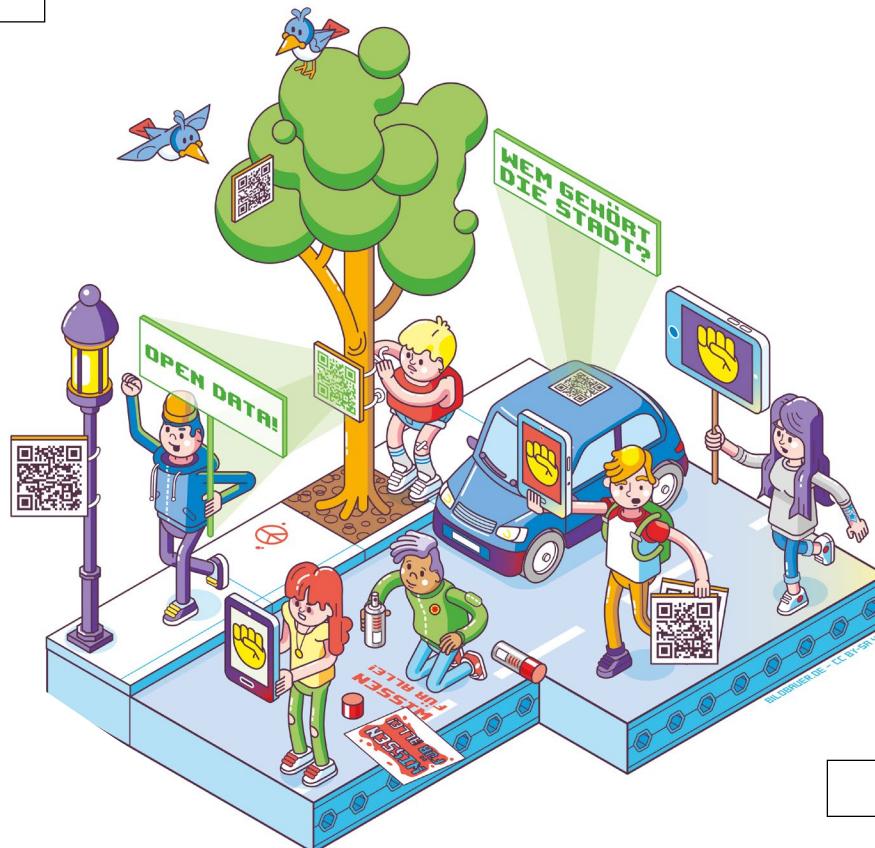
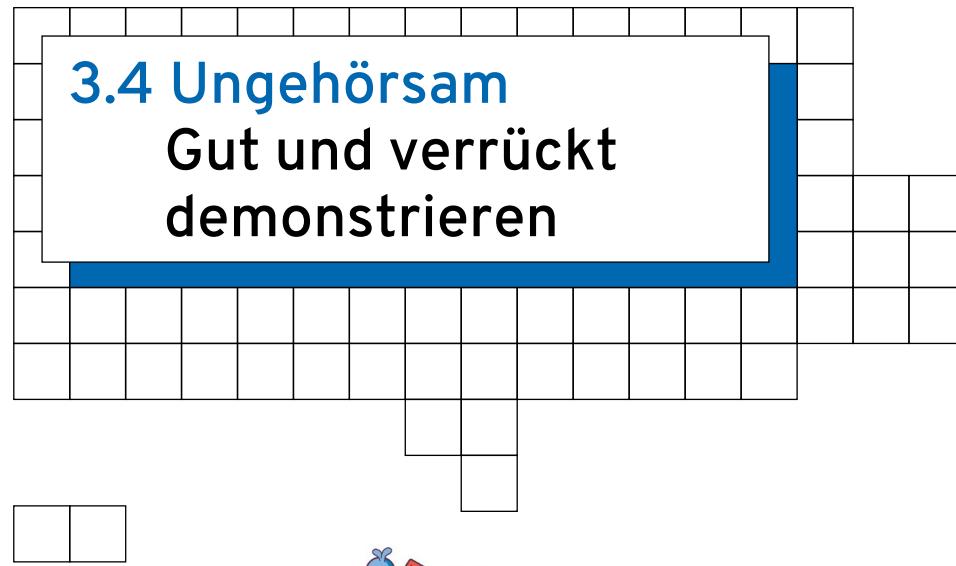
Bitte bedenkt, dass es bei mehreren Gruppen in einem Raum schnell sehr laut werden kann und lasst daher genug Platz zwischen ihnen bzw. verteilt sie, wenn möglich, in mehrere kleinere Räume. Überlegt euch vor dem Workshop genau, was die Voraussetzungen sind (online/offline, Alter der Teilnehmenden, Dauer des Workshops) und wählt danach das Gamedesign-Programm aus, mit dem ihr arbeiten wollt. Wichtig ist es außerdem, dass ihr euch im Vorfeld in das jeweilige Programm gut einarbeitet, um tiefergehende Fragen beantworten zu können.



Pädagogische Fachkräfte präsentieren ihre selbst erstellten „Fake News“ bei einer Schulung in Rostock.



Jede Schulung beginnt mit einer Einführung in das Projekt, danach geht es direkt zur Praxis und ans Ausprobieren.



Übersicht zum Ablauf

Nach einer kurzen Einleitung in das Thema „interaktive Geschichten“ wird mithilfe einer kleinen Übung das Konzept einer QR-Code-Rallye erklärt, indem eine bereits vorbereitete kurze Rallye durchgespielt wird: Zunächst erdenken die Teilnehmenden gemeinsam eine Spielsituation, die einen Startpunkt, ein konkretes Problem und zwei Reaktionsmöglichkeiten umfasst. Sie schreiben alles auf und platzieren die Niederschrift irgendwo im Raum. Alle in der Gruppe suchen sich eine der zwei Möglichkeiten aus und entwickeln zwei weitere Reaktionen pro Möglichkeit. Das Procedere geht solange so weiter, bis jeweils nur noch eine Person übrig ist, die ihre letzten beiden Zettel für zwei weitere mögliche Enden platziert. So entsteht in kurzer Zeit eine parallel erarbeitete, viel verzweigte Geschichte mit doppelt so vielen Enden wie Teilnehmenden.

Weiter geht es mit einem Input zur kreativen Stadtgestaltung, wie Graffiti, Urban Gardening, Knitting, Stickern, Dead Drops etc. und der Markierung von guten bzw. problematischen Orten in der Umgebung. Das Ziel: Wie können alle problematischen Orte zu guten Orten werden? Nun wird das oben genannte Spielprinzip mit einer fiktiven Geschichte zum Thema „perfektes Stadtviertel“ an realen Objekten in der Nähe und mit Hilfe einer App umgesetzt. Diese produziert QR-Codes statt großer Zettel. Im Anschluss dieser Entwicklungsphase werden erneut verschiedene Pfade durchgespielt. Am Ende werden die von den Spielenden ausgewählten Möglichkeiten diskutiert und geprüft, inwieweit sie der Realität entsprechen.

Ausstattung & Material

Um diesen Workshop durchführen zu können, braucht ihr folgende Ausstattung unbedingt:

- Internetverbindung oder zuvor installierte App
- Laptops
- Tablets oder Handys (eines pro Gruppe)
- Beamer
- Ausdrucke der Umgebung als Karte
- Drucker
- Scheren und Kleber für alle Gruppen
- Moderationsmaterial (Papier, Stifte, Marker, Tape, Klebepunkte, etc.)

Folgende Ausstattung wäre zusätzlich sinnvoll:

- Flipchart / Metaplanwände
- Getränke, Snacks

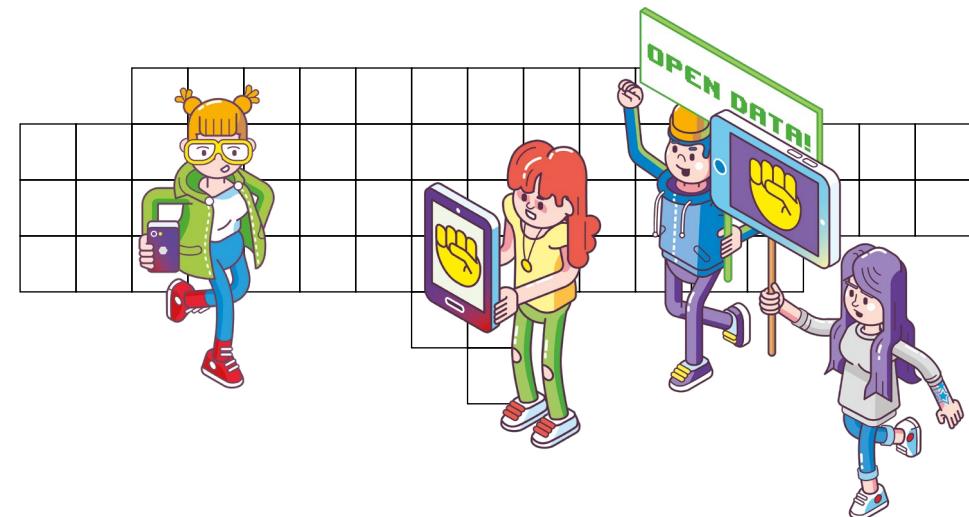
Diese Materialien werden für den Workshop gebraucht:

- Vorlage für die Umgebungskarte
- Präsentation „Stadtgestaltung“
- Handout „Interactive Streetgame Stories“
- Editor App
- Reader App für Android
- Ablaufplan

Alle Materialien sind unter folgendem Link online einsehbar und können jederzeit kostenfrei heruntergeladen werden:

demokratielabore.de/workshops/ungehoersam

Ziele-Inhalte-Methoden: Der Ablaufplan im Detail



Schritt 01 / 10

● Minuten	5
● Ziel	Lust machen, Kennenlernen, Anteasern des Themas
● Inhalt	Diskussionsrunde
● Methode	Heute wird eigene Geschichte geschrieben! Die Stadt wird zurückerobern! Stellt euch folgende Fragen: <ul style="list-style-type: none"> • Was sollte anders sein? • Wo entdeckt ihr kreative Umgestaltungen? • Wo hinterlassen Bewohner ihre Meinung (Plakate, Graffiti, Flyer, ...)?
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 02 / 10

● Minuten	10
● Ziel	Überblick schaffen
● Inhalt	Input
● Methode	Kennenlernen, Tagesüberblick, Aufgabe erklären
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 03 / 10

● Minuten	Skalierbar: 15 - 60 (Je nach Komplexität)
● Ziel	Möglichkeitsraum eröffnen
● Inhalt	Testspiel
● Methode	Vorbereitete QR-Code-Story im Raum ausprobieren lassen
● Material	Zuvor selbst verfasste QR-Code-Story

Optional

● Minuten	Für 20 Teilnehmende ca. 1h (bzw. Min. = TN x 3).
● Ziel	Grundlagen der Methode Interaktiver Geschichten mit Ortsbezug
● Inhalt	Gemeinsame Story
● Methode	Interaktive Streetgame-Story analog verfassen: Start und Ausgangslage vorgeben oder, bei genügend Zeit, zusammen festlegen. Es kann auch eine fiktive Situation sein! Startzettel ausfüllen und zwei Entscheidungen überlegen. Gruppe auf Entscheidungen aufteilen und nächsten Zettel am nächsten Ort schreiben lassen. Erneutes Teilen bis nur noch Einzelpersonen übrig sind. Diese schließen mit zwei Zetteln ihren Pfad der Geschichte ab, in dem sie ENDE darunter schreiben. Der Ausgang kann positiv oder negativ sein. Überschneiden sich Orte, kann das „Falls du von ... kommst“-Feld des schon hängenden Zettels genutzt werden, um eine Überleitung zu schaffen. Insgesamt sollte sich so in kurzer Zeit eine Geschichte mit doppelt so vielen Enden wie Teilnehmenden entwickeln.
● Material	Handouts „Interaktive Streetgame-Stories“ (3 Stück/TN), Stifte, Klebestreifen

Optional

● Minuten	20
● Ziel	Erste Erfahrungen
● Inhalt	Spielen
● Methode	Alle treffen sich am Startpunkt und sollen Pfade verfolgen, die sie nicht selbst geschrieben haben. Wer schafft es, alle Enden zu erreichen? Unbedingt einen Zeitpunkt ausmachen, zu dem sich alle wiedertreffen!
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 04 / 10

● Minuten	5
● Ziel	Reflexion / Techniken
● Inhalt	Fragerunde
● Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Was war hat gefallen? • Gab es favorisierte Storylines? • Außerdem sollen Entscheidungsvarianten, Twists, Ausdruck diskutiert werden.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 05 / 10

● Minuten	10
● Ziel	Einführung in das Thema
● Inhalt	Input: kreative Gestaltung des öffentlichen Raumes
● Methode	Generell gilt die Frage: Wem gehört die Stadt? Besprochen werden Streetart, QR-Ralleys, Sticker, Tags, Graffiti, die Ausrichtung der Stadtplanung nach ihren Bewohner*innen (Zebrastreifen, Lautstärke, Priorisieren von Autos via Parkplatz, Vorhandensein/nicht Vorhandensein von Fahrradstreifen), Gentrifizierung. Mittel: Eine ausgedruckte Karte (z.B. anhand von Google maps), auf der gute und problematische Orte markiert werden.
● Material	Präsi, Umgebungskarte, Klebepunkte rot/grün

Schritt 06 / 10

● Minuten	5
● Ziel	Teambildung
● Inhalt	Gruppenfindung
● Methode	Offen lassen (Die Gruppen kennen sich bereits und können sich selbstständig nach Themen einteilen, z.B. in Bezug auf Orte, wie Spielplätze, Straßen, Wohngegenden)
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 07 / 10

● Minuten	skalierbar: 2h - 2 Tage
● Ziel	Anwendung des Gelernten, Kreative Darstellung ihrer Ideen
● Inhalt	Entwicklungsphase
● Methode	In dieser Phase wird das Spiel entwickelt. Über mehrere Tage kann Konzept, Prototyp und erster Test ausführlicher behandelt werden, mit genügend Zeit am nächsten Tag Feedback einzubauen und alles fertigzustellen.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 07.1

● Inhalt	Ortsbezug
● Methode	Auf einem Ausdruck der näheren Umgebung (Stadtkarte oder Screenshot von Google Maps, Bing, Open Street Maps o.ä.) sollen mit grünen und roten Klebepunkten Orte markiert werden, die als gut oder problematisch empfunden werden. Eventuell kleine Vorstellungsrunde: Warum ist das so?
● Material	Ortskarten, eventuell Pinnwände

Schritt 07.2

● Inhalt	Konzept
● Methode	Leitfragen: Wie würde ein perfektes Viertel aussehen, wie wäre eine perfekte Stadt für Lehrer / Autofahrer / Reiche / Kindergartenkinder ...? Wie sähe die Umgebung aus, wenn alle roten zu grünen Punkten werden würden – was müsste sich ändern? Spielinhalt vorschlagen oder festlegen lassen: gemeinsamen Raum gestalten, Schulkonzept erarbeiten, Außenräume entwerfen, Schulweg und öffentliche Verkehrsmittel miteinbeziehen. Bei genügend Zeit, auf Papier grobe Pfade, mögliche oder einfach nur „interessante“ Orte einzeichnen.
● Material	Papier, Stifte, Scheren

Schritt 07.3

● Inhalt	Ortsscouting
● Methode	Ort begehen und spannende Spielorte, QR-Code-Positionen und Story-Ideen notieren. Kann mit vorherigem Schritt „Konzept“ kombiniert werden.
● Material	Kein Material benötigt

Schritt 07.4

● Inhalt	Prototyp auf Karte
● Methode	Mit weißen Punkten Spielorte auf der Karte markieren und Nummern vergeben. Striche zwischen Orten ziehen, die gegenseitig auf sich verweisen. Bei genügend Zeit, die Nummern mit Szenenname, kurzem Inhalt und Entscheidungsmöglichkeiten auf einem extra Blatt notieren. Fertig? Dann an Pinnwand befestigen.
● Material	Klebepunkte weiß

Schritt 07.5

● Minuten	Bei kurzer Workshopzeit: Nach ca. 30 Min. sollte diese Phase gestartet werden.
● Inhalt	Arbeitsteilung und Umsetzung
● Methode	In der Editor-Anwendung, die Szenen anlegen und mit entsprechenden Nummern benennen.
● Material	Laptops mit Editor, alternativ Tablet oder Handy

Schritt 07.6

● Inhalt	Druck und Anbringung der Codes
● Methode	QR-Codes ausdrucken und an den ausgewählten Orten platzieren. Vorher testen, ob die Codes von der Reader-App erkannt werden!
● Material	Drucker, Scheren, Klebestreifen, Tablets / Handys mit Reader-App

Schritt 08 / 10

● Minuten	60
● Ziel	Präsentieren / Spielen
● Inhalt	Spiele der Anderen ausprobieren
● Methode	Je eine Person des entwickelnden Teams führt in ihr Spiel ein und läuft anschließend mit den anderen Spielenden mit.
● Material	Kein Material benötigt

Optional

● Minuten	20
● Ziel	Selbstwirksamkeit
● Inhalt	Öffentliche Präsentation
● Methode	Öffentliches Spielen mit geladenen Gästen. Das Projekt, die Spiele und die Teilnehmenden werden vorgestellt.
● Material	Kein Material benötigt

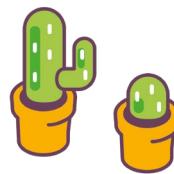
Schritt 09 / 10

● Minuten	parallel zu Spielen (und 20 Min. darüber hinaus)
● Ziel	Reflexion
● Inhalt	Bewertungen
● Methode	Für jede Prototyp-Karte: Bewertung der einzelnen Spielszenen mit Punkten (Ampel: gut, realistisch, unschön); Überkleben erlaubt.
● Material	Klebepunkte grün, gelb, rot

Schritt 10 / 10

● Minuten	10 (pro Spiel)
● Ziel	Möglichkeiten der Veränderungen aufzeigen
● Inhalt	Präsentation und Diskussion
● Methode	Kurzvorstellung der Spiele (ca. 2 Min.) durch Entwickelnde. Feedback der Spielenden: Was hat gefallen? Warum wurden wir mit den Punkten bewertet? Wie gefällt die Version ihres Ortes? Sind problematische Plätze guten gewichen?
● Material	Kein Material benötigt

Optional	
● Minuten	30
● Ziel	Nachhaltigkeit
● Inhalt	Dokumentation
● Methode	Pinnwände als Foto speichern und auf Webseite zur Diskussion stellen, Gäste einladen, die Rallye zu spielen
● Material	Kein Material benötigt



Tipps

Hier noch ein paar Tipps, die die Durchführung des Workshops erleichtern:

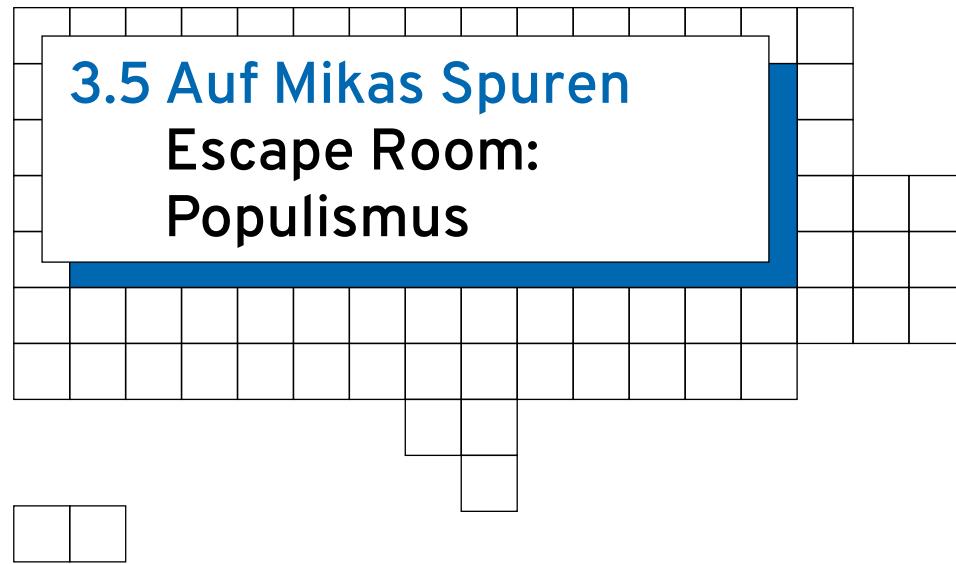
Es ist sinnvoll im Vorfeld spannende Räume auszusuchen (wenn die Rallye drinnen stattfinden soll) und eine Grenze für den Außenbereich festzulegen (falls es auch draußen stattfinden soll). Achtet während des Spiels darauf darauf, dass eine Betreuungsperson anwesend ist, wenn die Gruppen selbstständig an verschiedenen Orten agieren. Ruft euch außerdem die Grenzen des Spielraums immer wieder ins Gedächtnis und verständigt euch über erlaubte und unerlaubte Orte zum Platzieren der QR-Codes. Schaufenster und Privatgrundstücke sollten z.B. tabu sein.



Jugendliche in Anklam erzählen mithilfe von QR-Codes eine Story, die sie durch die gesamte Stadt führt



T-Shirts und anderer Merchandise unterstützen die langfristige Bildung einer lokalen Gemeinschaft



Übersicht zum Ablauf

„Escape the Room“-Spiele sind ein Trend, der sich aus Japan über Ungarn nach Europa ausgebreitet hat und auch in Deutschland immer beliebter wird. In dem Mix aus realem Computerspiel und interaktivem Theater, wird eine Gruppe selbst zur Spielfigur und versucht durch das Lösen von Rätseln einem Ort zu entkommen oder eine Aufgabe darin innerhalb einer bestimmten Zeit zu bewerkstelligen.

Nach einer kurzen Vorstellung dieses Formates und der Verhaltensregeln, werden die Teilnehmenden direkt in die Situation des Raumes hineingeworfen: Besorgte Nachbarn bitten sie um Mithilfe, den/die Vermisste/n Mika zu finden, bevor die Eltern zurückkehren. Dazu müssen sie verschiedensten Spuren folgen, Schlosser öffnen und letztlich Entscheidungen treffen, die sie zu einem der möglichen Enden führen.

Im Verlauf des Spieles erhalten die Spielenden verschiedene, mehrdeutige Informationen, durch die sich verschiedene Interpretationsmöglichkeiten zur Person von Mika ergeben. Z.B.: Ist er/sie Faschist*in oder Islamist*in geworden oder keins von beidem? Die Entscheidungen der Gruppe und die unterschiedlichen Lösungsmöglichkeiten werden im Anschluss zur Diskussion gestellt und gemeinsam analysiert.

Gespielt wird in Gruppen, deren Größen und Anzahl sich anhand der Teilnehmenden berechnen. Diese haben jeweils einen eigenen Bereich im Raum. In der Regel halten sie sich auch dort auf, um ihre Rätsel zu lösen, das Gefundene zu interpretieren und sich zu beraten. Dabei können sie ihr Tun bewusst vor den anderen verbergen oder aber anderen Gruppen Einblick gewähren bzw. den Austausch suchen. In der Mitte des Raumes gibt es außerdem eine Gemeinschaftszone. In dieser Zone können die Gruppen recherchieren, Quellen prüfen (Offline-„Datenbank“), mit Fachleuten in Kommunikation treten (z.B. Mikas Cousin beim BKA), gruppenübergreifend kommunizieren oder Hilfe einfordern (WhatsApp-Tafel).

Ausstattung & Material

Um diesen Workshop durchführen zu können, braucht ihr folgende Ausstattung unbedingt:

- Großer verschließbarer Raum (ca. 3 - 4m² pro teilnehmende Person)
- 1 bis 4-fache Ausstattung des kompletten Escape Rooms
(inkl. Tablets, Telefone, Möbel, Rätsel- und Designelemente)

Folgende Ausstattung wäre zusätzlich sinnvoll:

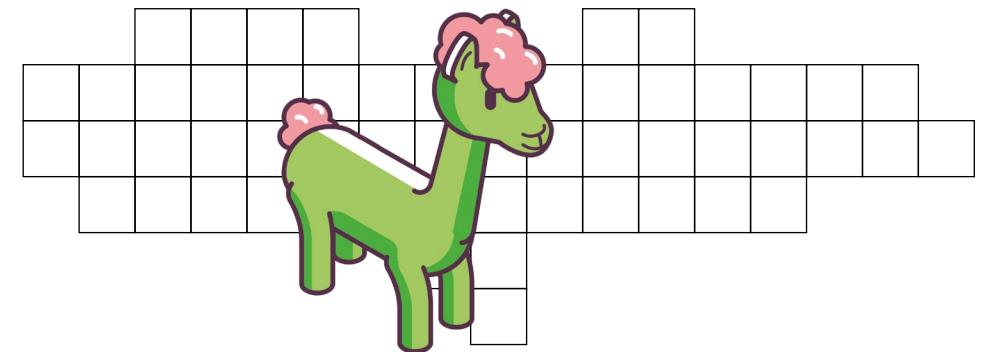
- Internetverbindung
- Flipchart / Metaplanwände
- Getränke, Snacks

Diese Materialien werden für den Workshop gebraucht:

- Spielleitungs-Guide
- Spielmaterial zum Ausdrucken
- Auswertungs-Guide

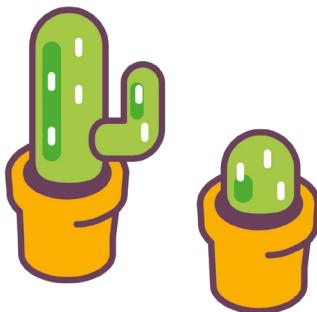
Alle Materialien, sowie eine Liste aller benötigten Objekte, sind unter folgendem Link online einsehbar und können jederzeit kostenfrei heruntergeladen werden:
demokratielabore.de/workshops/aufmikasspuren

Ziele-Inhalte-Methoden: Der Ablaufplan im Detail



Der Ablaufplan befindet sich noch im Wandel – den aktuellsten Stand dazu gibt es hier:

demokratielabore.de/workshops/aufmikasspuren



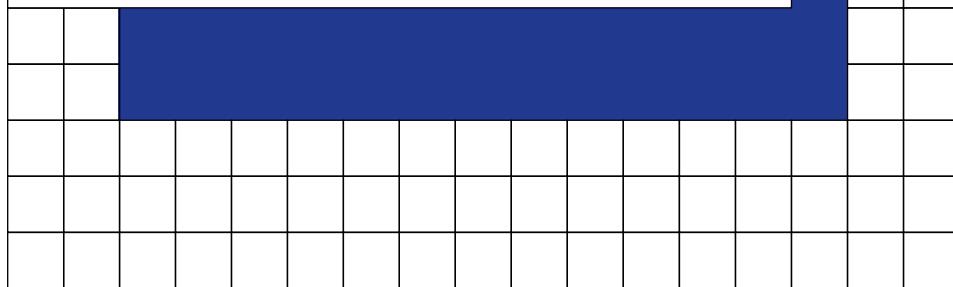
Tipps

Hier noch ein paar Tipps, die die Durchführung des Workshops erleichtern:

Die Raumsituation sollte im Vorfeld so gut wie möglich geplant sein. Alles was schnell kaputt gehen kann, wird im Zweifel auch kaputt gemacht: Seid daher vorsichtig bei der Auswahl von Objekten. Wenn ihr Teil des Rollenspiels sein, denkt an eine passende Verkleidung – oft reicht schon ein Hut.

04.

Nachbereitung



Wenn ihr euren Workshop erfolgreich durchgeführt habt, haben wir hier noch ein paar Tipps für die Nachbereitung und weitere Schritte.

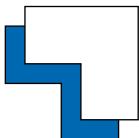
Kapitelübersicht



● 4.1	Ergebnisaufbereitung	S. 89
● 4.2	Reflexion und Anpassung	S. 90
● 4.3	Kommunikation	S. 91
● 4.4	Wie geht es weiter?	S. 92

4.1 Ergebnisaufbereitung

Die Ergebnisse der Workshops unterscheiden sich je nach Format, sind aber auch von den Kenntnissen und Fähigkeiten der Teilnehmenden abhängig.



Wir empfehlen euch, alle Ergebnisse, egal, ob zu den Themen „Fake News“, Computerspiel oder Argumentationsliste, zu dokumentieren und aufzubereiten:

- Welche Produkte sind aus dem Workshop heraus entstanden?
- Zu welchen Erkenntnissen sind die Jugendlichen gekommen?

Dies kann eine tolle Grundlage für eure anschließende Reflexion, aber auch für weitere Workshopdurchführungen sein.

4.2 Reflexion und Anpassung

Nehmt euch, nachdem der Trubel vorüber ist, am besten etwas Zeit, um den Workshop Revue passieren zu lassen und überlegt gemeinsam:

- Was ist gut gelaufen und was nicht?
- Was können wir beim nächsten Mal besser machen?
- Wurde das Ziel erreicht?

Die Reflexion sollte dabei alle Schritte, von Organisation und Kommunikation bis hin zur konkreten Durchführung (siehe Ziele, Inhalte, Methoden) miteinbeziehen.

Eine Frage kann dabei auch sein: An welchen Stellen müssen wir das Workshopkonzept oder Teile davon noch anpassen? Unsere Formate wurden zwar mehrfach in der Praxis getestet und wissenschaftlich evaluiert, dennoch könnten kleine Änderungen, z.B. in den Methoden, für eure Zwecke sinnvoll sein.

4.3 Kommunikation

Teilt die Ergebnisse eures Workshops doch auch mit der Außenwelt, z.B. durch einen Artikel auf eurem Blog, über eure Social Media Kanäle und euren Newsletter.

Es gibt sicher einige Menschen, die gerne mehr darüber erfahren möchten! Auch hier bekommt ihr sicher viel Unterstützung durch euer Netzwerk. Ihr könnt auch ein Fotoalbum mit euren Bildern auf [Flickr](#) anlegen und es mit anderen teilen. Es gibt so viele Möglichkeiten! :)

flickr.com

Ihr hattet Besuch von Journalist*innen während eures Events? Toll, dann sammelt fleißig alle Berichte über euch ein, die ihr bekommt oder findet. Ein Tipp: Es gibt verschiedene Suchmaschinen, über die ihr euch benachrichtigen lassen könnt, sobald online etwas über euch publiziert wird, z.B. [Google Alerts](#) oder [Talkwalker Alerts](#). Wenn ihr einen Pressepiegel auf eurer Website habt, können die Artikel dort gelistet (und ggf. verlinkt) werden. Neue Pressekontakte werden in euren Presseverteiler eingepflegt.

google.de/alerts
talkwalker.com/alerts/

4.4 Wie geht es weiter?

Den Workshop könnt ihr natürlich beliebig oft wiederholen oder auch eines der anderen Formate ausprobieren. Wenn ihr euch brennend für digitale Themen interessiert und ein paar Jugendliche vor Ort habt, die das auch tun, könnt ihr auch eine Digital-AG gründen – wir unterstützen euch gerne dabei!

Die Idee der Digital-AGs ist, die Themen aus den Workshops noch einmal aufzugreifen und sich ausführlicher damit zu beschäftigen. Es können aber auch völlig neue Themen an der Schnittstelle von Digitalisierung, Technologie und Demokratie eingebracht werden, je nachdem, was euch und eure Jugendlichen gerade beschäftigt. Und: Ihr seid damit nicht allein! Unsere Expert*innen können Hilfestellungen, Ideen und Kontakte vermitteln. Bis Ende 2018 wollen wir außerdem ein deutschlandweites Netzwerk von Digital-AGs aufbauen, in denen ihr euch dann mit anderen Fachkräften in der Jugendarbeit austauschen könnt. Interesse? Dann meldet euch gerne bei uns: info@demokratielabore.de

Dieses Handbuch ist im Rahmen der Demokratielabore entstanden, einem Modellprojekt des gemeinnützigen Open Knowledge Foundation Deutschland e.V.

Wir führen verschiedene, eigens entwickelte Workshops mit Jugendlichen im Alter von 12 bis 21 Jahren rund um Digitalisierung, Technologie und gesellschaftliches Miteinander durch. Dabei arbeiten wir eng sowohl mit außerschulischen Jugendeinrichtungen als auch überregionalen Jugendverbänden und Initiativen zusammen – deutschlandweit.

