



REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy

MODUL 2: Soziale Medien – Einführung Unterrichtsplan



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Finanziert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Exekutivagentur Bildung, Audiovisuelles und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Projektnr. **2023-1-PL01-KA220-ADU-000156610**

Projektwebsite <https://www.remcreadwomen.eu/>



Modul 2. Einführung in Social-Media-Plattformen

Einführung:

Das Modul „Einführung in Social-Media-Plattformen“ konzentriert sich darauf, den Teilnehmenden zu ermöglichen, wichtige Social-Media-Plattformen strategisch und sicher zu nutzen, sei es zur persönlichen Meinungsäußerung, zum Networking, zur Interessenvertretung oder zur Werbung für Produkte und Dienstleistungen.

Es wurde in einem interaktiven Format entwickelt, das in verschiedenen Umgebungen eingesetzt werden kann, z. B. in einzelnen Workshops oder mehrtägigen Schulungen, online oder offline sowie in gemischten Formaten. Die Materialien lassen sich leicht anpassen und als Ganzes oder als einzelne Aktivitäten verwenden. Wir empfehlen die Anpassung an die Bedürfnisse der Gruppe.

Ziel dieses Moduls ist es, den Lernenden die Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen zu vermitteln, die sie benötigen, um sich auf verschiedenen Plattformen – Facebook, Instagram, TikTok und YouTube – zurechtzufinden und deren Hauptmerkmale, Zielgruppen, Chancen und Risiken zu verstehen. Die Teilnehmenden lernen außerdem, Online-Sicherheitsmaßnahmen zu bewerten und eine Nutzerpersönlichkeit zu entwickeln, um Inhalte besser auf ihre spezifischen Zielgruppen zuzuschneiden.

Die Struktur des Moduls basiert auf einem Einheitenplan, der Folgendes umfasst:

- **Eisbrecher**, die die aktuellen Gewohnheiten und Präferenzen der Teilnehmenden in Bezug auf soziale Medien erkunden.
- **Terminologie und Erkundung der Funktionen**, um die Teilnehmenden mit den wichtigsten Konzepten und plattformspezifischen Werkzeugen vertraut zu machen.
- **Social-Media-Schnitzeljagden**, bei denen kleine Gruppen direkt auf den einzelnen Plattformen Funktionen und Einstellungen entdecken.
- **Diskussionen zu Risikoszenarien**, in denen Strategien für eine sichere und ethische Nutzung von sozialen Medien entwickelt werden.
- **Übungen zur Erstellung von Personas**, um den Teilnehmenden zu helfen, ihre Zielgruppe zu identifizieren und Inhalte zu entwerfen, die Anklang finden.
- **Zusammenfassende und reflektierende Aktivitäten**, um das Gelernte zu festigen und Fragen zu klären.

Pädagogische Fachkräfte können das Modul als Komplettpaket nutzen oder Aktivitäten auswählen, die den Bedürfnissen, dem Sprachniveau und den digitalen Kompetenzen der Teilnehmenden entsprechen. Jeder Abschnitt enthält Lernziele, klare Anweisungen, Materiallisten, Zeitvorgaben sowie Tipps für Moderator*innen, um die Durchführung zu erleichtern.

Letztendlich befähigt dieses Modul Pädagog*innen, Migrant*innen und Geflüchtete dabei zu unterstützen, Social-Media-Plattformen als sichere, kreative und sinnvolle



Hilfsmittel für die Vernetzung, Selbstdarstellung und persönliche oder berufliche Entwicklung zu nutzen.

Nachfolgend finden Sie die Lernzielmatrix, in der die Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen analysiert werden, auf denen das Modul basiert.

	WISSEN	FÄHIGKEITEN	EINSTELLUNGEN
2.1 Einführung in soziale Medien und vier verschieden e Plattformen	Verständnis gängiger Begriffe, verschiedener Arten von Online-Plattformen und ihrer Funktionen/Dienste. Verständnis der potenziellen Online-Risiken oder Gefahren, die mit der Nutzung sozialer Medien verbunden sind.	Fähigkeit, potenzielle Bedrohungen wie Identitätsdiebstahl oder Cybermobbing zu erkennen. Fähigkeit, zwischen sicheren und gefälschten Inhalten in sozialen Medien zu unterscheiden. Selbstbewusstes Nutzen von Social-Media-Plattformen als wertvolles Werkzeug für die persönliche Markenbildung	Anerkennung der Bedeutung kritischen Denkens. Sicherer und gewohnter Umgang mit Social-Media-Plattformen für die Unternehmenswerbung und -kommunikation. Kreativität und Anpassungsfähigkeit bei der Erstellung von Inhalten, die auf die Vorlieben des Publikums zugeschnitten sind. Sicherheit im Umgang mit den wichtigsten Bedrohungen, denen man begegnen kann, und in der Fähigkeit, diese effektiv zu bewältigen.
YouTube	Verständnis der primären Nutzung der YouTube-Plattform einschließlich der Kenntnis ihrer Funktionen. Verständnis der Möglichkeiten dieser Plattform für die persönliche Werbung und das Branding. Verständnis der wichtigsten Risiken oder Gefahren, die mit der Nutzung der Plattform verbunden sind.	Fähigkeit, verschiedene Funktionen der YouTube-Plattform zu nutzen, z. B. ein Konto erstellen, Videos ansehen, Videos hochladen, Videos liken, Wiedergabelisten erstellen und Videolinks teilen. Fähigkeit, potenzielle Gefahren zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um die Gefährdung durch solche Inhalte zu minimieren.	Anerkennung, dass die Vertrautheit mit der Navigation auf einer Plattform in der Regel mit der Zeit zunimmt. Sicherheit im Umgang mit der Plattform für Werbezwecke und zum Aufbau einer Marke.

Facebook	Verständnis der Möglichkeiten dieser Plattform für die persönliche Werbung und das Branding. Verständnis der typischen demografischen Merkmale der Nutzer, um die Zielgruppe auszuwählen. Verständnis der wichtigsten Risiken oder Gefahren, die mit der Nutzung der Plattform verbunden sind.	Fähigkeit, verschiedene Funktionen der Plattform zu nutzen, z. B. ein Konto erstellen, Beiträge verfassen, kommentieren, Geschichten, Bilder und Videos hochladen. Fähigkeit, potenzielle Gefahren zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um die Gefährdung durch solche Inhalte zu minimieren.	Fähigkeit, verschiedene Funktionen der Plattform zu nutzen, z. B. ein Konto erstellen, Beiträge verfassen, kommentieren, Geschichten, Bilder und Videos hochladen. Fähigkeit, potenzielle Gefahren zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um die Gefährdung durch solche Inhalte zu minimieren.
TikTok	Verständnis der primären Nutzung der TikTok-Plattform einschließlich der Kenntnis ihrer Funktionen. Verständnis der Möglichkeiten dieser Plattform für die persönliche Werbung und das Branding. Die typischen demografischen Merkmale der Nutzer verstehen, um die Zielgruppe auszuwählen. Verständnis der wichtigsten Risiken oder Gefahren, die mit der Nutzung der Plattform verbunden sind	Fähigkeit, verschiedene Funktionen der TikTok-Plattform zu nutzen, wie z. B. Videoaufzeichnung/Hochladen/Bearbeiten, Livestreaming, Teilen, Folgen, Geolokalisierung. Fähigkeit, potenzielle Gefahren zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um die Gefährdung durch solche Inhalte zu minimieren.	In der Erkenntnis, dass die Vertrautheit mit der Navigation auf einer Plattform in der Regel mit der Zeit zunimmt. Sicherheit im Umgang mit der Plattform für Werbezwecke und Branding.
Instagram	Verständnis der primären Nutzung der Instagram-Plattform einschließlich der Kenntnis ihrer Funktionen. Verständnis der Möglichkeiten dieser Plattform für die Unternehmenswerbung und das Branding.	Fähigkeit, verschiedene Funktionen der Instagram-Plattform zu nutzen, z. B. ein Konto erstellen, Personen folgen, Videos/Bilder in Form von Beiträgen/Stories/Highlights teilen, mit anderen Mitgliedern chatten.	Anerkennen, dass die Vertrautheit mit der Navigation auf einer Plattform in der Regel mit der Zeit zunimmt. Sicherheit im Umgang mit der Plattform für Werbe- und Brandingzwecke.



	Die typischen demografischen Merkmale der Nutzer verstehen, um die Zielgruppe auszuwählen. Verständnis der wichtigsten Risiken oder Gefahren, die mit der Nutzung der Plattform verbunden sind.	Fähigkeit, potenzielle Bedrohungen zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um die Gefährdung durch solche Inhalte zu minimieren..	
2.2 Erstellen einer Persona für die Zielgruppe	Verständnis der Zielgruppe Verständnis, wie die Zielgruppe über verschiedene Plattformen erreicht werden kann.	Fähigkeit, die Hauptmerkmale der Zielgruppe zu identifizieren Fähigkeit, die richtige Art von Inhalten zu identifizieren, die zur Zielgruppe passen	Selbstbewusstes Erstellen einer Persona für die Zielgruppe Kreativität und Anpassungsfähigkeit bei der Erstellung von Inhalten, die auf die Vorlieben des Publikums zugeschnitten sind.

Lernziele

Nach Abschluss dieser Einheit sind die Lernenden in der Lage

- Gängige Fachbegriffe, verschiedene Arten von Online-Plattformen und deren Funktionen/Dienste zu verstehen.
- Die richtige Plattform für ihre Zielgruppe auszuwählen
- Sicherheitsrisiken auf Social-Media-Plattformen zu erkennen
- Erfahren, wie sie eine Persona für ihre Zielgruppe erstellen

Dauer: ca. 4 Stunden

Aktivitäten	Ziel	Tipps für die Moderation	Material	Zeit	Weiterführende Literatur/Links zu Materialien
EISBRECHER: Der*die Moderator*in stellt sich der Gruppe vor, falls er die anderen Workshops nicht bereits geleitet hat. Zu diesem Zeitpunkt sollten sich die Teilnehmenden bereits kennen, aber es kann eine kleine Aktivität vorgeschlagen werden, um die Gruppe zu aktivieren. • Der Raum wird in JA/NEIN/VIELLEICHT (oder andere Optionen)	Die anderen besser kennenlernen und in das Thema des Workshops einsteigen.	Je nachdem, ob sich die Gruppe kennt oder nicht, ist eine Vorstellungsrunde eine gute Idee, damit sich die Teilnehmenden wohler fühlen und sich kennenlernen können. Die Aussagen können je nach Schwerpunkt des Workshops oder dem Wissensstand der Teilnehmenden geändert werden.	Ein großer Schulungsraum, in dem die Teilnehmenden in kleinere Gruppen aufgeteilt werden können	20 Min	

Bereiche aufgeteilt und die Teilnehmenden müssen sich entsprechend ihrer Antwort positionieren. Nach jeder Frage/Aussage bittet der Moderator die Teilnehmenden, die in der Mitte sitzen (vielleicht Position), zu erklären, warum sie sich dort hingesetzt haben. • Mögliche Aussagen, die jedoch entsprechend den Diskussionen des Vortags geändert werden können: • Ich nutze hauptsächlich Facebook/IG/TIK-TOK • Ich verbringe mehr als 2 Stunden pro Tag in sozialen Medien. • Ich nutze soziale Medien, um mich über Nachrichten und aktuelle Ereignisse auf dem Laufenden zu halten. • Ich habe über soziale Medien neue Freund*innen oder Kontakte gefunden. • Soziale Medien haben meine Produktivität irgendwann einmal negativ beeinflusst. • Manchmal habe ich das Gefühl, dass ich eine		Also the statements from the BINGO activity can be adjusted to the group to make it more personal.			
---	--	---	--	--	--

Pause von den sozialen Medien brauche.					
Oder SOCIAL MEDIA BINGO Der*die Moderator*in verteilt an alle Teilnehmer Handouts mit dem BINGO, auf dem verschiedene Aussagen stehen. Die Teilnehmenden gehen herum und fragen die anderen, ob sie sich mit der Aussage identifizieren können, und schreiben ihren Namen dazu. Die Namen dürfen sich nicht wiederholen. Wenn eine Person eine Zeile oder die ganze Seite ausgefüllt hat (je nachdem, wie viel Zeit für die Aktivität vorgesehen ist), ist die Aktivität beendet und die Teilnehmenden werden gebeten, zu ihren Plätzen zurückzukehren.	Die Teilnehmenden lernen sich besser kennen und werden in das Thema des Workshops eingeführt. Sich gegenseitig kennenlernen und erfahren, welche sozialen Medien jeder bevorzugt und regelmäßig nutzt		Ein großer Schulungsraum, in dem die Teilnehmenden in kleinere Gruppen aufgeteilt werden können Handouts mit Social-Media-BINGO	20-30 Min	
Aktivität 2.1 Einführung in Social-Media-Plattformen – theoretischer Teil – Terminologie Beginnen Sie mit einer kurzen Einführung in die Bedeutung von sozialen Medien in der heutigen Welt, insbesondere im Kontext von Migrant*innen und Geflüchteten, die diese Plattformen nutzen könnten, um mit ihren Communities in Kontakt zu treten, auf Materialien zuzugreifen und sich auszudrücken.	- Die wichtigsten Begriffe und Funktionen jeder Plattform kennenlernen - Wissenslücken identifizieren - Tiefer in das Thema Social-Media-Plattformen eintauchen	Alle Begriffe und Informationen sind in der PPT-Präsentation enthalten und können je nach Gruppe angepasst werden.	Ein Videoprojektor, ein Laptop und die PräsentationEin Videoprojektor, ein Laptop und die Präsentation	40 Min	https://www.ubiquitousinfluence.com/post/tikt-ok-slang#

Erklären Sie, dass sich die Einheit auf vier wichtige Plattformen konzentrieren wird: Instagram, Facebook, TikTok und YouTube. Anhand der PPT-Präsentation stellt die Moderatorin die spezifische Terminologie der Social-Media-Welt vor und fragt die Teilnehmenden, ob sie einige der weniger gebräuchlichen Begriffe kennen. Fragen Sie dann die Teilnehmenden, ob sie weitere Begriffe hinzufügen möchten, die ihnen beim Surfen auf den Social-Media-Plattformen begegnet sind. Im zweiten Teil erklärt der*die Moderator*in die Merkmale jeder Plattform, einschließlich der wichtigsten Funktionen, der Nutzerdemografie und der Anwendungsfälle. Die detaillierten Inhalte für diese Einheit finden Sie in der PPT.					
Aktivität 2.2 Schnitzeljagd Teilen Sie die Gruppe in kleinere Gruppen auf und weisen Sie jeder Gruppe eine Social-Media-Plattform zu – für diesen Workshop wären idealerweise 4 Gruppen, damit wir	• Neue Funktionen und Einstellungen auf verschiedenen Social-Media-Plattformen selbst entdecken • Wissen und Fähigkeiten durch direkte Nutzung der Plattformen erweitern	Zu diesem Zeitpunkt sollte der*die Moderator*in die Kenntnisse der Gruppe zu bestimmten Plattformen mehr oder weniger einschätzen können. Versuchen Sie daher, die Teilnehmenden mit mehr Wissen mit denen zu mischen, die	Ausgedruckte Aufgaben, genügend Platz im Raum oder draußen, damit die Teilnehmenden in Ruhe arbeiten können.	40 Min	

nur über FB, IG, TIK-TOK und YOUTUBE diskutieren können. Jede Gruppe erhält einen Umschlag mit Aufgaben zu der jeweiligen Plattform, die sie ausführen und am Ende der Aktivität präsentieren muss. Nach 30 Minuten sehen Sie, wie weit die Gruppe ist, und geben Sie ihr bei Bedarf weitere 10 Minuten Zeit. Bitten Sie dann jede Gruppe, ihre Ergebnisse zu präsentieren. Auf diese Weise werden die einzigartigen Merkmale der einzelnen Social-Media-Plattformen vorgestellt.	• Teamarbeit und Zusammenarbeit stärken	weniger wissen, um eine optimale Lernerfahrung zu erzielen.	Schnitzeljagd - Handout		
Aktivität 2.3 Risiken und Sicherheitsmaßnahmen Teilen Sie die Gruppe in kleinere Gruppen auf, geben Sie ihnen verschiedene Szenarien und bitten Sie sie, in den Gruppen zu diskutieren, wie sie in einem solchen Fall vorgehen würden. Besprechen Sie in der großen Gruppe alle Szenarien und mögliche Maßnahmen, die ergriffen werden sollten, um Betrug, Diebstahl usw. zu verhindern.	• Den Teilnehmenden helfen, potenzielle Risiken auf Social-Media-Plattformen zu erkennen und zu verstehen • Den Teilnehmenden Strategien zur Verbesserung der Online-Sicherheit vermitteln • Verstehen, wie sie sich selbst und ihre Gemeinschaften schützen können	Es wird empfohlen, zunächst das Wissen der Gruppe zu nutzen, bevor man ihnen die besten Vorgehensweisen in solchen Fällen vermittelt.	Gedruckte Szenarien, Flipchart oder Whiteboard, Marker, Projektor und Leinwand für Präsentationen	40-50 min	https://www.youtube.com/watch?v=vPIWDFtP0T0

Notieren Sie alle Risiken auf einem Flipchart und erstellen Sie eine Tabelle mit den häufigsten Risiken. Fragen Sie die Gruppe am Ende, ob sie noch weitere Risiken hinzufügen möchten. Weitere Informationen zu den Datenschutzeinstellungen finden Sie in Modul 3.	Das Bewusstsein für Risiken schärfen, denen Menschen mit geringen digitalen und Medienkompetenzen begegnen können				
Aktivität 2.4 Erstellen einer Persona <u>Die Zielgruppe verstehen</u> Diskutieren Sie, was eine Persona ist und wie wichtig es ist, die Bedürfnisse, Präferenzen und digitalen Kompetenzen von Migrant*innen und Geflüchteten zu verstehen. Bitten Sie die Teilnehmenden, in kleinen Gruppen eine Persona für ihre Zielgruppen zu erstellen – in diesem Fall basierend auf den Menschen, mit denen sie arbeiten. Jede Gruppe erhält eine Vorlage für die Erstellung der Persona und drei Ideen für Inhalte für ihre Persona. Bitten Sie die Gruppen, ihre Persona nacheinander vorzustellen, und fragen Sie die	- Die Zielgruppe verstehen - Verstehen, wie man seine Zielgruppen in den sozialen Medien erreicht - Lernen, wie man eine Persona für seine Zielgruppen erstellt	Wenn die Aktivität mit Migrantinnen/Geflüchteten durchgeführt wird, sollten diese sich auf Personen konzentrieren, die ihrer Meinung nach ihre Produkte mögen würden, vielleicht Bekannte, Freund*innen usw. Für gemischte Sprachgruppen und bei geringen Kenntnissen der Landessprache oder des Englischen sollten Handouts in einer Sprache bereitgestellt werden, die die Teilnehmenden gut beherrschen. Erinnern Sie die Teilnehmenden daran, dass sie nicht wertend sein und keine Vermutungen anstellen sollten.	Gedruckte Vorlage für Persona, Projektor und Leinwand für Präsentationen.	45-60 Min	https://www.qualtrics.com/experience-management/research/user-personas/

übrigen Teilnehmenden nach ihrer Meinung und ihrem Feedback. Diskutieren Sie abschließend anhand der Reflexionsfragen in der Präsentation.					
Aktivität 2.5. Zusammenfassung und Fragen Den Workshop abschließen und alle weiteren Fragen beantworten.	• Wichtige Prinzipien hervorheben und Bedenken ansprechen			5-10 Min	
Weitere Informationen zum Thema „Erstellung von Inhalten“ finden Sie in Modul 4.					

Social Media BINGO

Eine Person finden, die...

ein Video auf YouTube geteilt hat.	Eine TikTok challenge probiert hat.	Facebook verwendet um mit Familien und Freunden zu chatten.	ein Foto von Essen auf Instagram gepostet hat.
weiß, wie man einen Post richtig plant, um das beste Engagement zu erreichen.	durch YouTube Tutorial eine neue Fähigkeit gelernt hat.	schon einmal erlebt hat, dass ein Beitrag viral (oder halb viral!) gegangen ist.	viel zu viel Zeit damit verbracht hat, das perfekte Profilbild auszuwählen
Freund*innen in einem Beitrag markiert hat, der sie zum Lachen gebracht hat.	immer Fotos von seinen Reisen auf Instagram oder Facebook teilt.	einen Reise-Vlog auf YouTube gepostet hat	verantwortlich für die sozialen Medien einer NGO/eines Unternehmens ist
ein lustiges Meme geteilt hat, das viele Likes bekommen hat.	versucht hat, einen TikTok-Tanz nachzumachen (mit Erfolg oder ohne!).	weiß, wie man Beiträge über Meta plant	jemanden über soziale Medien kennengelernt hat

Schnitzeljagd

Gruppe 1: Facebook

1. Eine private Gruppe erstellen und Richtlinien festlegen:

Richtet eine private Facebook-Gruppe für ein Gemeinschaftsprojekt oder eine gemeinsame Sache ein. Legt Gruppenregeln, Rollen für Gruppenmitglieder (z. B. Moderator, Administrator) und Richtlinien für Beiträge und Kommentare fest. Verfasst einen Willkommensbeitrag und bespricht, wie die Gruppe effektiv moderiert werden kann.

2. Facebook-Veranstaltung planen:

Stellt euch vor, ihr veranstaltet ein Event für eine Community (z. B. einen Workshop zu digitalen Kompetenzen). Erstellt als Gruppe ein Facebook-Event und tragt alle relevanten Details ein (Titel, Beschreibung, Ort usw.).

3. Szenario für die Moderation von Inhalten:

Ihr verwaltet eine Facebook-Gruppe und ein Mitglied veröffentlicht etwas, das gegen die Community-Richtlinien verstößt. Spielt ein Szenario durch, in dem ein Mitglied als Moderator die Situation regelt und die anderen Gruppenmitglieder reagieren. Besprecht, wie man mit dem Problem professionell und fair umgehen kann.

4. Eine eigene Freund*innen-Liste erstellen:

Erstellt eine neue Freund*innen-Liste mit mindestens drei „Freund*innen“ (echte oder zufällige Profile) und stellt die Sichtbarkeit eines Beitrags auf „nur für diese Liste“ ein.

5. Einen datenschutzfreundlichen Beitrag erstellen

Diskutiert in der Gruppe ein Thema, das ihr öffentlich auf Facebook teilen möchtet – etwas Lehrreiches oder Positives, das mit eurer Gemeindegemeinschaft zu tun hat. Verfasst einen Facebook-Beitrag unter dem persönlichen Profil eines Gruppenmitglieds und achtet dabei darauf, dass er sowohl ansprechend als auch datenschutzfreundlich ist.

- Erkundet und passt die Privatsphäre-Einstellungen für den Beitrag an (z. B. öffentlich, Freund*innen, Freund*innen außer ..., bestimmte Freund*innen).
- Probiert verschiedene Tagging-Optionen aus: Fügt einen Ort hinzu, markiert eine*n Freund*in (wenn ihr euch dabei wohlfühlt) oder fügt dem Beitrag ein Gefühl/eine Aktivität hinzu.
- Besprecht die Vor- und Nachteile verschiedener Privatsphäre-Einstellungen und warum ihr euch für eine bestimmte Einstellung entscheidet.

Gruppe 2: Instagram

1. Interaktive Funktionen von Instagram entdecken und nutzen:

Entdeckt gemeinsam die verschiedenen interaktiven Funktionen, die Instagram Stories bietet. Jedes Mitglied sollte eine Story erstellen und dabei mindestens eine der folgenden Funktionen nutzen:

- Umfragen
- Fragenbox
- Quiz-Sticker
- Emoji-Schieberegler
- Countdown-Timer

Teilt eure Geschichten innerhalb der Gruppe (auf Wunsch über die Liste „Enge Freunde“) und diskutiert, wie die einzelnen Funktionen funktionieren, welche Reaktionen ihr bekommt und in welchen Situationen ihr sie verwenden könntet.

2. Hashtag-Recherche und -Strategie:

Erstellt als Gruppe eine Liste mit 10 relevanten Hashtags für eure tägliche Arbeit in euren NGOs. Diskutiert, welche Hashtags zu allgemein sind, welche zu nischig sind und wie ihr sie für eine bessere Reichweite ausbalancieren könnt.

3. Analyse der Instagram-Explore page:

- Geht als Gruppe auf die Seite „Entdecken“. Jedes Mitglied sucht nach einem bestimmten Hashtag, der für ein gemeinsames Interesse relevant ist (z. B. #refugeecommunity oder #digitalinclusion). Schaut euch die angezeigten Inhalte an und notiert euch, welche Arten von Konten und Beiträgen beliebt sind.
- Diskutiert in der Gruppe, welche Arten von Inhalten tendenziell im „Entdecken“-Feed erscheinen und warum bestimmte Beiträge gegenüber anderen hervorgehoben werden. Was fällt euch an den beliebten Beiträgen (Fotos, Reels, Stories) auf?

4. Datenschutzeinstellungen von Instagram verstehen:

- Geht gemeinsam als Gruppe zu den Datenschutzeinstellungen. Jedes Mitglied sollte die Datenschutzoptionen unter „Konto-Datenschutz“, „Story-Einstellungen“ und „Blockierte Konten“ erkunden.
- Besprecht die verschiedenen Datenschutzfunktionen und ihre Auswirkungen. Probiert aus, die Datenschutzeinstellungen für Stories anzupassen (z. B. Stories vor bestimmten Followern verbergen) und experimentiert mit eingeschränkten und blockierten Konten. Überlegt, wie diese Einstellungen zur Aufrechterhaltung der Online-Sicherheit beitragen können..

5. Mit Filtern und Effekten von Instagram spielen:



- Entdeckt zu zweit oder in der Gruppe die Kamerafilter und AR-Effekte, die in Instagram Stories verfügbar sind. Jedes Mitglied wählt einen Filter oder Effekt zum Ausprobieren aus, macht ein Foto oder ein Video und teilt es mit der Gruppe (zum Teilen könnt ihr die Funktion „Enge Freunde“ verwenden).
- Diskutiert, wie Filter und Effekte die Wirkung eines Beitrags oder einer Story verändern. Welche Effekte fanden ihr lustig, professionell oder auffällig? Wie verändert die Verwendung von Filtern die Interaktion mit den Followern?

Gruppe 3: Tik-Tok

1. Die For-You-Seite (FYP) von TikTok entdecken:

- Spend some time scrolling through the "For You" page as a group. Each team member should note down the types of content that appear (e.g., dance challenges, educational videos, comedy, etc.).
- Discuss what content is appearing and why it might be featured on the FYP. Compare what each team member saw—did you see similar or completely different videos? Discuss how TikTok's algorithm seems to personalize content.

2. Mit Effekten und Filtern von TikTok experimentieren:

- Erforscht zu zweit oder in einer Gruppe die verschiedenen Effekte und Filter, die im Video-Editor von TikTok verfügbar sind. Jede Person sollte ein kurzes, lustiges Video mit einem Effekt oder Filter erstellen, den sie noch nie zuvor ausprobiert hat, und es als Entwurf speichern (ohne es zu veröffentlichen).
- Teilt eure Entwürfe innerhalb der Gruppe und diskutiert, wie die verschiedenen Effekte und Filter funktionieren. Welche Effekte waren einfacher zu verwenden? Für welche Art von Inhalten eignet sich eurer Meinung nach jeder Effekt?

3. Neueste Sounds entdecken und speichern:

Entdeckt als Team trendige Sounds, indem ihr beim Erstellen eines Videos auf das Symbol „Sounds“ tippt oder auf der Seite „Entdecken“ nach beliebten Sounds sucht. Jedes Teammitglied sollte einen Sound finden und speichern, der es interessiert.

4. Tiefer Einblick in die Datenschutz- und Sicherheitseinstellungen von TikTok:

- Navigiert als Gruppe zum Menü „Datenschutz und Einstellungen“. Entdeckt verschiedene Datenschutzeinstellungen, z. B. wer Kommentare hinterlassen, Duette erstellen, Videos zusammenfügen oder euch Nachrichten senden kann.
- Diskutiert die Vor- und Nachteile der verschiedenen Datenschutzeinstellungen. Welche Maßnahmen zum Schutz der Nutzer gibt es und wie können sie angepasst werden, um TikTok für bestimmte Zielgruppen sicherer zu machen?

5. Herausforderung: An einem TikTok-Trend teilnehmen, ohne etwas zu posten:

Wählt gemeinsam einen beliebten TikTok-Trend oder eine Challenge aus (z. B. einen Tanz oder eine Lippsynchronisation) und stellt ihn im Stil eurer Gruppe nach. Nehmt das Video auf, probiert Videobearbeitungsfunktionen wie Schneiden, Geschwindigkeitsanpassungen oder das Hinzufügen von Text aus, **speichert es jedoch nur als Entwurf**, ohne es zu veröffentlichen.

Gruppe 4: YouTube

1. Suche und Filteroptionen auf YouTube entdecken:

Wählt als Gruppe ein Thema aus, das euch interessiert (z. B. Bildungsinhalte, Anleitungsvideos oder kulturelle Geschichten). Nutzt die Suchleiste von YouTube, um Videos zu diesem Thema zu finden, und probiert die Filteroptionen aus (z. B. nach Upload-Datum, Anzahl der Aufrufe oder Art des Videos filtern).

2. Mit Untertitel- und Untertitelungsfunktionen von YouTube experimentieren:

Wählt gemeinsam ein Video aus und schaut es euch mit eingeschalteten Untertiteln an. Testet sowohl die automatisch generierten Untertitel als auch die manuell vom Ersteller hinzugefügten (falls verfügbar). Ändert nach Möglichkeit die Sprache der Untertitel, um zu sehen, wie gut die Übersetzungen von YouTube funktionieren.

3. YouTube-Playlisten entdecken:

- Entdeckt gemeinsam YouTube-Playlists, indem ihr ein Thema findet, das euch interessiert (z. B. Tutorials zu digitalen Kompetenzen oder kulturelle Geschichten). Jedes Mitglied sollte eine Playlist finden und teilen, die es gut organisiert oder hilfreich findet.
- Diskutiert, warum bestimmte Playlists interessanter waren als andere. Entdeckt, wie Playlists genutzt werden können, um Inhalte zu organisieren, Videos für später zu speichern oder einem strukturierten Lernpfad zu folgen.

4. Die Kommentarfunktion von YouTube entdecken und testen:

Wählt als Gruppe ein beliebtes Video aus und schaut euch die Kommentare dazu an. Sucht nach angehefteten Kommentaren, Top-Komentaren und Antworten. Diskutiert, wie die Kommentare organisiert sind und welche Kommentare am meisten Aufmerksamkeit bekommen.

5. Mehr über die Datenschutzeinstellungen und Inhaltskontrollen von YouTube erfahren:

- Erkundet gemeinsam die Datenschutzeinstellungen für ein persönliches YouTube-Konto. Schaut euch Optionen wie das private Speichern von Wiedergabelisten, das Einschränken der Sichtbarkeit von Videos, das Verwalten des Verlaufs und Kindersicherungen (wie den eingeschränkten Modus) an.
- Bespricht, was die einzelnen Datenschutzfunktionen bewirken und wie sie euch dabei helfen können, die Kontrolle über euer Konto zu behalten. Probiert die Funktionen aus und bespricht, warum bestimmte Einstellungen für unterschiedliche Zielgruppen sinnvoll sein könnten.

Szenarien: Risiken auf Social Media

1. Instagram:

Szenario 1:

Luisa, eine Sozialarbeiterin, die in einer Schule für erwachsene Geflüchtete arbeitet, teilt häufig Fotos und Videos aus ihrem Arbeitsalltag, darunter auch Inhalte mit ihrer Community. Eines Tages postet sie ein Video aus einer Workshop-Einheit, ohne zu bemerken, dass im Hintergrund sensible persönliche Informationen einer der Workshop-Teilnehmerinnen zu sehen sind. Das Video wird sehr beliebt und bekommt viele Likes, Kommentare und Shares. Bis Luisa es bemerkt, hat das Video bereits Hunderte von Menschen erreicht.

Diskussionspunkte:

1. Welche Datenschutzrisiken bestehen in dieser Situation?
2. Wie hätte Luisa diese Datenschutzverletzung verhindern können?
3. Welche Maßnahmen sollte sie unverzüglich ergreifen, um den potenziellen Schaden zu mindern?
4. Wie kann sie ihre Datenschutzeinstellungen besser verwalten, um solche Vorfälle in Zukunft zu vermeiden?

Szenario 2:

Aischa, eine aus Syrien geflüchtete Frau, die in Belgien lebt, beginnt, auf Instagram über ihre Integration in Belgien zu berichten. Sie postet ein Bild, auf dem sie ihren ersten Job in ihrem neuen Land feiert. Neben positiven Nachrichten erhält sie jedoch auch viele hasserfüllte und diskriminierende Kommentare von anonymen Accounts sowie private Nachrichten von unbekannten Personen. Dadurch fühlt sie sich unsicher und ihr Selbstwertgefühl leidet.

Diskussionspunkte:

1. Mit welcher Art von unsicherem Verhalten ist Aicha konfrontiert?
2. Was kann sie tun, um solche Nachrichten in Zukunft zu vermeiden?
3. Welche Funktionen kann sie nutzen, um sich zu schützen und mit der Situation umzugehen?

2. Facebook:

Szenario 1:

Annabel, eine Lehrende in der Erwachsenenbildung, leitet eine Facebook-Gruppe für Migrant*innen in Österreich, in der sie Materialien austauschen und sich gegenseitig unterstützen. Eines Tages teilt ein Mitglied einen Artikel, in dem behauptet wird, dass Migrant*innen in einer der örtlichen Kliniken kostenlose Gesundheitsdienstleistungen angeboten werden. Die Information verbreitet sich schnell in der Gruppe, aber Annabel stellt fest, dass der Artikel aus dem Jahr 2015 stammt und die Klinik diese Dienstleistungen nicht mehr anbietet. Diese Situation führt zu Verwirrung und Frustration unter den Gruppenmitgliedern.

Diskussionspunkte:

1. Welche Art von riskantem Verhalten wird in diesem Szenario dargestellt?
2. Wie hätte Annabel reagieren sollen, bevor sie den Artikel in der Gruppe geteilt hat?
3. Welche Hilfsmittel bietet Facebook, um Gruppeninhalte zu verwalten und zu moderieren?
4. Wie sollte Annabel dieses Problem mit der Gruppe ansprechen, um künftige Fehlinformationen zu vermeiden?

Szenario 2:

Nour, eine Sozialarbeiterin, erhält über Facebook Messenger eine Nachricht vom Konto einer Kollegin, die um Hilfe bei einem dringenden finanziellen Problem bittet. Die Nachricht enthält einen Link zu einer Zahlungsseite. Nour vertraut ihrer Kollegin, klickt auf den Link und gibt ihre Zahlungsdaten ein. Später stellt sie jedoch fest, dass das Konto ihrer Kollegin gehackt wurde, sie das Geld verloren hat und ihr Konto kompromittiert ist.

Diskussionspunkte:

1. Welche Risikosituation wird in diesem Szenario dargestellt?
2. Welche Anzeichen hätte Nour bemerken müssen, dass es sich bei der Nachricht um einen Trick handelte?
3. Welche Schritte sollte sie sofort unternehmen, nachdem sie bemerkt hat, dass sie hereingelegt wurde?
4. Welche Facebook-Funktionen sollte sie nutzen, um den Hackerangriff zu melden und ihr Konto und ihre Daten vor zukünftigen Betrugsversuchen zu schützen?

3. Tik-Tok

Szenario 1:

Haya, eine junge Geflüchtete, meldet sich bei TikTok an und beteiligt sich an einer viralen Challenge, bei der eine riskante körperliche Bewegung ausgeführt werden muss. Sie filmt sich dabei, wie sie die Challenge versucht, verletzt sich jedoch dabei. Trotzdem veröffentlicht sie das Video online. Das Video wird sehr schnell populär und zieht auch negative Kommentare auf sich, in denen gefragt wird, warum sie an einer so gefährlichen Challenge teilgenommen hat.

Diskussionspunkte:

1. Was sind die Gefahren einer Teilnahme an Challenges auf TikTok?
2. Wie hätte Haya die Risiken vor der Teilnahme an der Challenge einschätzen können?
3. Welche Schritte kann sie unternehmen, um das Video zu löschen und mit der negativen Aufmerksamkeit umzugehen?
4. Wie kann sie die Privatsphäre-Einstellungen von TikTok nutzen, um zu kontrollieren, wer ihre zukünftigen Beiträge sehen kann?

Scenario 2:

Mira, ein 15-jähriges Mädchen, das in einem Flüchtlingslager in Italien lebt, beginnt, TikTok zu nutzen, um sich die Zeit zu vertreiben und mit anderen in Kontakt zu treten. Sie bekommt Videos mit gewalttätigen oder sexuell expliziten Inhalten, die ihr unangenehm sind. Sie ist sich nicht sicher, wie sie solche Inhalte vermeiden kann, und wird weiterhin damit konfrontiert, wenn sie durch ihren Feed scrollt.

Diskussionspunkte:

1. Welchen Risiken ist Mira ausgesetzt, wenn sie auf TikTok unangemessenen Inhalten ausgesetzt ist?
2. Wie kann Jasmine die Sicherheitsfunktionen von TikTok nutzen, um solche Inhalte herauszufiltern?
3. Wie können ihre Erziehungsberechtigten oder Erzieher sie bei der sicheren Nutzung von TikTok unterstützen?

4. YouTube

Szenario 1:

Kati, eine Geflüchtetenhelferin, lädt ein Video auf YouTube hoch, in dem sie über ihre Arbeit mit geflüchteten Frauen spricht. Das Video erhält viel positives Feedback, aber auch eine Reihe hasserfüllter und abfälliger Kommentare von Trollen. Kati ist von der Negativität überwältigt, weiß nicht, wie sie mit der Situation umgehen soll, und ist entmutigt, ihre Arbeit fortzusetzen.

Diskussionspunkte:

1. Wie kann Kati die Kommentare zu ihren Videos verwalten und moderieren?
2. Wie kann sie beleidigende Kommentare melden und Nutzer blockieren, die sie belästigen?
3. Welche Funktionen bietet YouTube, um Kommentare herauszufiltern oder zur Überprüfung zurückzuhalten?
4. Welche emotionalen Auswirkungen hat der Umgang mit negativen Kommentaren und wo kann sie Unterstützung finden?

Szenario 2:

Antony, ein Sozialarbeiter, erstellt Lehrvideos für geflüchtete Kinder und lädt sie auf YouTube hoch. In einem seiner Videos verwendet er einen beliebten Song, den er von einer Online-Website heruntergeladen hat. Einige Wochen später erhält Antony eine Urheberrechtsverletzung von YouTube, die sich auf seine Möglichkeit, neue Inhalte hochzuladen, auswirkt und möglicherweise zur Entfernung seines Videos führt.

Diskussionspunkte:

1. Welche Risiken sind mit der Verwendung von urheberrechtlich geschütztem Material auf YouTube verbunden?
2. Wie hätte Antony überprüfen können, ob die von ihm verwendete Musik frei verfügbar war oder eine Lizenz erforderte?
3. Welche Schritte sollte er nach Erhalt der Urheberrechtsverletzung unternehmen?
4. Wie kann man Urheberrechtsprobleme in Zukunft vermeiden und welche Funktionen bietet YouTube für Urheber?

Eine Persona schaffen

Name	
Grundlegende Fakten – Alter, Herkunftsland, aktueller Haushalt (Kinder/ältere Menschen), Sprachen, Bildungsniveau.	
Digitales Profil und Geräte – Verwendete(s) Gerät(e) (Smartphone, Feature-Phone, Tablet), Datensituation (begrenzt/unbegrenzt), Internetzugang (WLAN zu Hause/öffentliches WLAN/mobile Daten/keiner).	
Digitale Kompetenzen – Anfänger / Grundkenntnisse / Fortgeschrittene – können sie Apps herunterladen, Fotos machen, Sprachnachrichten senden, Videos ansehen?	
Tagesablauf & Zeit online – Wann können sie auf das Internet zugreifen? (morgens/nachmittags/abends) Wie lange?	
Ziele und Motivationen (Top 3) – Warum würden sie soziale Medien nutzen? (in Kontakt bleiben, Sprache lernen, Arbeit finden, Unterhaltung, Unterstützung)	

Herausforderungen (Top 3) – z. B. Sprachbarrieren, Angst vor der Weitergabe persönlicher Daten, Kinderbetreuung, geringe Lese- und Schreibkompetenz, Misstrauen gegenüber Inhalten, geringes Datenbudget.	
Vertrauenswürdige Quellen und Netzwerke – Wem vertraut sie?	
Inhaltliche Präferenzen – Bevorzugte Formate (kurze Videos, Audiobotschaften, Bilder, Text, Live-Einheiten), Sprachbedürfnisse (Untertitel in der Muttersprache), Tonfall (formell/informell).	
Datenschutz und Sicherheit	
Barrierefreiheit – Große Schrift, Audio-First, einfache Grafiken, Übersetzungen, Untertitel.	
Die 2–3 Plattformen, die sie <i>wahrscheinlich</i> nutzen werden (erste Einschätzung)	

Weitere Punkte, die diskutiert werden können:

- **Einstellungen:** Wie steht sie zu Religion, Politik, sozialen Schichten, Umwelt usw.?
- **Interessen:** Was sind die Interessen und Hobbys?
- **Nutzungsumgebung:** Computer- oder Mobilfunknutzer?