

**Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)**

**Instagram und YouTube der (Pre-)Teens  
Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe**

**Beiträge aus Forschung und Praxis**

**Prämierte Medienprojekte**

**Friederike von Gross / Renate Röllecke (Hrsg.)**  
**Dieter Baacke Preis Handbuch 14**  
**Instagram und YouTube der (Pre-)Teens**  
**Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe**  
**Beiträge aus Forschung und Praxis – Prämierte Medienprojekte**

**Dieser Band wurde gefördert vom**

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

**Herausgeber**

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur  
 in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK)

**Anschrift**

GMK-Geschäftsstelle  
 Obernstr. 24 a  
 33602 Bielefeld  
 fon 0521/677 88  
 fax 0521/677 92  
 email gmk@medienpaed.de  
 homepage www.gmk-net.de

**Redaktion**

Dr. Friederike von Gross  
 Renate Röllecke  
 Tanja Kalwar

**Lektorat**

Tanja Kalwar

**Titelillustration**

kopaed

**Druck**

Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2019

Arnulfstraße 205  
 80634 München  
 fon 089/688 900 98  
 fax 089/689 19 12  
 email info@kopaed.de  
 homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-86736-514-7  
 eISBN 978-3-86736-653-3

Franziska Giffey, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend  
**Grußwort anlässlich der Verleihung des Dieter Baacke Preises  
 am 17. November 2018 in Bremen** **9**

Friederike von Gross / Renate Röllecke  
**Instagram und YouTube der (Pre-)Teens** **11**  
 Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe

**Teil 1: Beiträge aus Forschung und Praxis**

Lars Gräßer / Markus Gerstmann  
**„Ich krieg das halt alles einfach mit und das ist halt das Schöne daran“** **19**  
 Inspiration durch soziale Bewegtbild-Netzwerke

Kai-Uwe Hugger et al.  
**Zwischen Authentizität und Inszenierung** **29**  
 Zur medienkritischen Einschätzung informationsorientierter YouTuber\*innen-Videos  
 durch Jugendliche

Tanja Witting  
**Mädchen und junge Frauen auf Instagram** **37**  
 Zwischen Schönheitsnormen und Empowerment

Christa Gebel / Andreas Oberlinner  
**Das GEHEIMNIS meines ERFOLGES** **45**  
 Zum Orientierungspotential von YouTube-Stars für 10- bis 14-Jährige

Martina Schuegraf / Tobias Börner  
**Instagram-Faszination für Heranwachsende** **51**

Henrike Boy / Sabine Sonnenschein  
**Mit YouTube und Co. stark und kreativ werden** **57**  
 Methoden zur Persönlichkeitsentwicklung und Förderung der Kritikfähigkeit

Isabel Venne / Larissa Brands  
**Social Media – Musik-Apps in inklusiven Kontexten** 63  
 „Durchblick im Netz“: ein inklusives, medienpädagogisches Projekt zur risikoarmen Teilhabe

Iren Schulz, Schau Hin-Coach, im Interview mit Renate Röllecke  
**Medienaktive Kinder – ratlose Eltern?** 73

**Methoden zum Thema „Social Media“ für Fortbildungen und die medienpädagogische Praxis** 79

### Special zum Sonderthema „Kinderrechte in der digitalen Welt“ (Kategorie F)

Luise Meergans / Sophie Pohle  
**Von der Medienpädagogik zur Kinderrechtebildung** 85  
 Über das Verhältnis von Kinderrechten und Medienpädagogik in der digitalen Welt

## Teil 2: Prämierte Projekte des Dieter Baacke Preises

Metaversa e.V.  
**Flucht nach Utopia** 99  
 (Kategorie A – Projekte von und mit Kindern)

Verein zur Förderung akzeptierender Jugendarbeit e.V. (VAJA)  
**#rootsnvisions/Wurzeln und Visionen – Geflüchtete und Bremer Jugendliche gestalten gemeinsam eine Videoprojektion** 107  
 (Kategorie B – Projekte von und mit Jugendlichen)

ZDS Berufsinternat  
**Sag Was – eine polyperspektivische und multimediale Arbeitshilfe** 113  
 (Kategorie B – Projekte von und mit Jugendlichen)

Moviemiento e.V.  
**Living Legends – Memory in Motion** 121  
 (Kategorie C – Interkulturelle und internationale Projekte)

LAG Kunst und Medien NRW e.V. und Selfigrafen  
**NeoEnkel – generationsübergreifendes Fotoprojekt mit Geflüchteten und Senior\*innen** 129  
 (Kategorie C – Interkulturelle und internationale Projekte)

Medienprojekt Berlin e.V.  
**Wahl inklusiv – Ein Videoworkshop für Menschen mit und ohne Behinderungen** 135  
 (Kategorie D – Intergenerative und integrative Projekte)

Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW  
**Spieleratgeber-NRW** 145  
 (Kategorie E – Projekte mit besonderem Netzwerkcharakter)

tinkerbrain. Institut für Bildungsinitiativen GmbH  
**#stadtsache. Crossmediale Teilhabe an der Stadt.** 153  
 (Kategorie F – Projekte zum Sonderthema „Kinderrechte in der digitalen Welt“)

Trickmisch – das mobile Sprachlabor  
**Trickmisch – Deutsch lernen mit Trickfilmen** 161  
 (Besondere Anerkennung)

## Teil 3: Zum Dieter Baacke Preis

Dieter Baacke (1999)  
**Was ist Medienkompetenz?** 169

Einfach bewerben  
**Dieter Baacke Preis – die bundesweite Auszeichnung für medienpädagogische Projekte** 171

**Fragen und Antworten zum Dieter Baacke Preis** 173

**Abbildungsnachweis** 175

und erlebnispädagogische Methoden sowie medienpezifische Ansätze wie Game Design oder Let's Plays.

### **Projektlaufzeit**

Das Projekt läuft seit 2005 mit Förderung des Landes NRW, aktuell dem Ministerium für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration des Landes Nordrhein Westfalen und wird auch im Jahr 2019 fortgesetzt.

### **Ergebnisse**

Die Ergebnisse werden als pädagogische Beurteilungen in Text und Video-Format auf der Internetseite [www.spieleratgeber-nrw.de](http://www.spieleratgeber-nrw.de) veröffentlicht. Weiterhin geben Praxisberichte und Methoden Aufschluss über medienpädagogische Aktionen und besondere Projekte in den einzelnen Gruppen.

### **Kontakt**

Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW  
Weinsbergstraße 190  
50825 Köln  
E-Mail: [info@spieleratgeber-nrw.de](mailto:info@spieleratgeber-nrw.de)  
Tel.: 0221/677 741 922  
Web: [www.Spieleratgeber-NRW.de](http://www.Spieleratgeber-NRW.de)

## **Im Interview**

### **Spieleratgeber-NRW**

#### **Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW**

**Linda Scholz und Daniel Heinz**

### **Herausragendes und Spezielles**

#### **Welches sind die Besonderheiten Ihres Projekts?**

Der Spieleratgeber-NRW greift eines der liebsten Hobbys von Kindern und Jugendlichen auf. Hierbei werden die Spieletester\*innen von medienpädagogischen Fachkräften begleitet, um gemeinsam digitale Spiele zu beurteilen. Die Arbeit in den Gruppen findet auf Augenhöhe statt, den Tester\*innen wird ein geschützter Raum geboten, in dem ihre Expertise ernstgenommen wird und mit in die Beurteilungen einfließt. Die Ausgestaltung des jeweiligen Angebots obliegt der kooperierenden Einrichtung und ist zudem abhängig vom Alter der Teilnehmenden, von den technischen Voraussetzungen, dem pädagogischen Konzept und den räumlichen Gegebenheiten vor Ort.

Eltern, aber auch Pädagog\*innen und Lehrer\*innen profitieren hingegen von den hier entstehenden pädagogischen Beurteilungen: Eine pädagogische Alterseinschätzung sowie Informationen zu Inhalt, Präsentation, Kosten, Anforderungen, Umfang, Wirkung und Bindungsfaktoren unterstützen sie im Erziehungsalltag oder in der pädagogischen Arbeit.

### **Ziele und Methoden**

#### **Welche medienpädagogischen Ziele werden mit welchen Methoden verfolgt?**

Zieldimension des pädagogischen Handelns ist die Vermittlung von Medienkompetenz (siehe unten). In den auf Präsenz und Konstanz ausgelegten Gruppen geht es um Beziehungsarbeit. Kinder und Jugendliche können sich hier als selbstwirksam und gleichsam als Teil einer Gemeinschaft erleben.

### **Medienkompetenz und Medienbildung durch Praxisprojekte**

#### **Welche Vorkenntnisse haben die Teilnehmer\*innen?**

Um an einer Testergruppe teilzunehmen, sind keinerlei Vorkenntnisse notwendig. Vielmehr ist ein Spieletester-Angebot so ausgelegt, dass sich jede\*r einbringen und an Vorwissen anknüpfen kann. In den meisten Fällen besteht bei den teilnehmenden Kindern und Jugendlichen eine gewisse Affinität gegenüber digitalen Spielen.

#### **Welche Bereiche der Medienkompetenz fördert das Projekt?**

Im Sinne des Medienwissens lernen Jugendliche die Funktionsweisen und die Produktvielfalt von digitalen Spielen und den jeweiligen Plattformen wie Konsolen und PCs kennen. Die Medienbewertung findet gleich in doppelter Form statt. Einerseits wird das Spiel als Gegenstand kritisch reflektiert, andererseits setzen sich die Jugendlichen auch mit produktübergreifenden Aspekten wie Trends, Communitys und rechtlichen Gesichtspunkten auseinander. Durch das produktive Medienhandeln in Form von Video-Rezensionen, Podcasts, Game Design o.ä. erlernen sie zudem wertvolle technische und kommunikative Kompetenzen für die selbstbestimmte Partizipation in einer digital geprägten Gesellschaft.

#### **Welche Kenntnisse erwerben die Teilnehmenden?**

Wie bereits erwähnt, lernen Kinder und Jugendliche Medienangebote kritisch zu hinterfragen. Dazu gehören neben (kommerziellen) Interessen der Publisher auch Qualitätsaspekte digitaler Spiele. Bindungsfaktoren, Jugend-



Daten- und Verbraucherschutzaspekte werden von den Teilnehmenden im Laufe der Zeit erkannt und besser verstanden. Zentral sind auch journalistische Fähigkeiten, die in solchen Gruppen weiter ausgebildet werden.

### **Probleme und Grenzen**

*Gab es strukturelle oder pädagogische Grenzen und Stolpersteine bei der Vorbereitung oder Durchführung des Projekts? Wie wurden diese Probleme bewältigt?*

Jede Gruppe ist anders, daher sind auch die Stolpersteine durchaus unterschiedlich gelagert. Mal ist der Andrang zu groß, die Altersstruktur sehr divergent oder die technische Ausgangssituation nicht optimal. Hier hilft der Austausch bei regelmäßigen Treffen mit anderen Gruppenleiter\*innen.

Mitunter finden sich die Kinder und Jugendlichen zunächst nicht in das Konzept des Testens ein und sind nur mit hohem Aufwand zum Ausprobieren von unbeliebten Games zu bewegen. Hier ist es förderlich, den Teilnehmenden ihre journalistische Rolle und die Wichtigkeit ihrer Tätigkeit zu verdeutlichen.

Auch der Konflikt um Alterskennzeichen ist bei Jugendlichen allgegenwärtig. Hier helfen das Festlegen einer verbindlichen Regel und die Bewerbung von Gruppen mit dem jeweiligen Kennzeichen.

### **Technik**

*Welche technischen Voraussetzungen müssen für Projekte wie Ihres gegeben sein?*

Zu den Voraussetzungen gehört eine der Gruppengröße angemessene Auswahl an Konsolen wie Sony PlayStation, Microsoft Xbox, Nintendo Switch oder Gaming-PCs, Tablets und Handhelds wie Nintendo 3DS. Weiterhin ist Breitband-Internet vorteilhaft. Dabei müssen kooperierende Einrichtungen nicht zwingend über alle hier genannten Geräte verfügen und können ihr Angebot frei gestalten. In manchen Testerguppen verfügt jede\*r Teilnehmende über ein eigenes Gerät, in anderen Einrichtungen wird gemeinsam am Beamer gespielt

und diskutiert. Stellenweise werden auch Retro-Spiele auf älterer Hardware getestet.

Bei Bedarf kann der Spielerratgeber-NRW auch Technik als Leihgabe zur Verfügung stellen, um medienpädagogische Projekte zu unterstützen oder den Start einer Gruppe überhaupt erst zu ermöglichen.

### **Tipps für die Praxis**

*Welche Ratschläge oder Empfehlungen können Sie Interessierten geben, die ähnliche medienpädagogische Projekte durchführen möchten?*

Interessierte können sich beim Spielerratgeber-NRW melden und Teil des Netzwerks werden. Hierdurch erhalten pädagogische Einrichtungen und deren Mitarbeiter\*innen wertvolle Unterstützung in vielfältiger Weise. So werden Informationen für den optimalen Start einer Spieletestergruppe zusammengestellt und erste Schritte werden entsprechend den individuellen Bedürfnissen gemeinsam geplant. Weiterhin besteht die Möglichkeit, sich mit anderen Einrichtungen und Pädagog\*innen auszutauschen und voneinander zu profitieren.

### **Motivation**

*Ist es notwendig, die Zielgruppe für das Projekt zu motivieren? Wenn ja, warum und wie?*

Kinder und Jugendliche fühlen sich erfahrungsgemäß wertgeschätzt, wenn ihr Hobby im pädagogischen Kontext aufgegriffen wird und sind meist voller Eifer dabei. Allerdings – auch das gehört zum Alltag von Spieletester\*innen – stehen auch mal unbeliebte Games auf dem Programm wie diverse Simulatoren oder Produkte mit schlechter Qualität. Hier muss dann schon mal Überzeugungsarbeit geleistet werden.

*Was hat den beteiligten Kindern und Jugendlichen besonders viel Spaß gemacht?*

Die Erfahrung, dass der eigene Test auch auf dem Spielerratgeber-NRW veröffentlicht wird, sie als Expert\*innen eine wichtige Funktion einnehmen, schafft Selbstwirksamkeitserle-

ben, das maßgeblich zur Motivation beiträgt. Weiterhin sind es das soziale Erleben einer Gruppe aus Gleichgesinnten sowie eine Bindung zur pädagogischen Gruppenleitung, die zur Teilnahme motivieren. Die Kinder und Jugendlichen wachsen meist zu einem festen Team zusammen – dies zeigen unsere langjährigen Erfahrungen.

*Und was finden Sie selbst besonders motivierend?*

Es ist immer wieder spannend, wenn sich Gruppen auf Initiative der Kinder und Jugendlichen oder der medienpädagogischen Leitung weiterentwickeln, eigene Schwerpunkte setzen oder Projektideen entwickeln. Hier gibt es immer wieder selbstständig konzipierte Games, Podcasts, Videos oder Veranstaltungen in den zum Netzwerk gehörenden Einrichtungen zu bestaunen.

### **Nachhaltigkeit und Wirkung des Projekts**

*Welche Veränderungen haben sich durch die Medienprojekte in der Zielgruppe, in Ihrer Einrichtung oder den beteiligten Einrichtungen, im Stadtteil etc. ergeben?*

Spieletestergruppen sind für viele Einrichtungen der Jugendhilfe eine wertvolle Bereicherung. Gerade medienaffine Kinder und Jugendliche können durch solche Angebote angesprochen und langfristig pädagogisch begleitet werden. So kommt es vor, dass einige ältere Gruppenmitglieder anschließend Teil der Jugendredaktion werden oder eigene Gruppen für eine jüngere Zielgruppe gründen und leiten. Bei am Netzwerk beteiligten Bibliotheken und Schulen versuchen wir stets die Kooperation mit einer Einrichtung der Jugendhilfe vor Ort zu unterstützen.

*Läuft das Projekt noch und wenn ja, wie lange? Oder gibt es Anschlussprojekte?*

Der Spielerratgeber-NRW ist ein fortlaufendes Projekt, das hoffentlich noch lange weitergeführt wird. Daran angedockt gibt es aber zahlreiche weitere Projekte und Initiativen,

darunter das Gamescamp, die Eltern-LAN, das Next Level Festival, die Fortbildung „Games im Fokus der Jugendhilfe“, die teils gesondert finanziert werden.

### **Themen**

*Welche Themen (Inhalte) sind im Projekt für Ihre Zielgruppe besonders spannend?*

Digitale Spiele sind für die Kinder und Jugendlichen ein wichtiges Thema und sie haben viel Bedarf, darüber zu sprechen und zu schreiben. Auch bei Erwachsenen ein offenes Ohr für ihr Hobby zu finden und den gesellschaftlichen sowie kulturellen Stellenwert herauszustellen, ist stets ein wichtiger Aspekt der Spieletester\*innen.

### **Trends und Interessen der Zielgruppe**

*Welche neuen Medientrends, medialen Interessen oder Aspekte der Medienkultur sind in ihrer Zielgruppe in jüngster Zeit besonders aktuell?*

In den letzten Jahren sind zahlreiche Trends gekommen und teils auch wieder verfliegen. So waren vor einiger Zeit Spiele mit Bewegungssteuerung besonders beliebt und noch vor kurzem entstanden zahlreiche interessante Projekte zu dem Kreativspiel *Minecraft*. Mittlerweile gehören *Virtual Reality*, *Fortnite: Battle Royale* und *eSports* zu den Trends. Auch die Rezeption des Mediums hat sich mit Streaming-Diensten wie *Twitch* verändert.

*Wie geht man in Ihrer Einrichtung/wie gehen Sie evtl. darauf ein?*

In regelmäßigen Treffen und Fortbildungen mit den Gruppenleiter\*innen sowie bei Besuchen in den Gruppen gehen wir auf neue Trends ein und zeigen Möglichkeiten auf, diese in den medienpädagogischen Alltag auf sinnvolle Weise einzubinden.

## Perspektiven

*Welche Chancen sehen Sie vor dem Hintergrund Ihres Erfolgs*

### *a) für die medienpädagogische Projektarbeit an Ihrer Einrichtung?*

Durch die Auszeichnung des Spieleratgeber-NRW und der hierdurch entstehenden Öffentlichkeit finden sich hoffentlich weitere interessierte Einrichtungen der Jugendhilfe, die Teil des Netzwerks sein möchten und digitale Spiele in ihrer Einrichtung thematisieren.

### *b) für medienpädagogische Projektarbeit generell?*

Wir hoffen außerdem, dass sich auch Institutionen außerhalb von NRW inspiriert fühlen, gamespädagogische Methoden anzuwenden und eigene Netzwerke zu initiieren.

## Struktur und Rahmen

*Welche Rahmenbedingungen für Projektarbeit sind wünschenswert? Wie kann man diese schaffen?*

Einrichtungen der Jugendhilfe benötigen moderne technische Infrastruktur, Qualifikation von Mitarbeiter\*innen sowie Netzwerke vor Ort, um zeitgemäße medienpädagogische Projekte zu initiieren. Hierzu sind finanzielle Mittel notwendig.

## Feedback

*Gab es abschließend seitens der Zielgruppe Verbesserungsvorschläge, weiterführende Ideen bezüglich Ihres Projektes?*

Vor allem Jugendliche wünschen sich noch weitere Möglichkeiten, sich mit digitalen Spielen zu beschäftigen und beispielsweise Let's Play-Videos oder Podcasts aufzunehmen. Dies steht und fällt nicht nur mit dem Engagement und der vorhandenen Zeit des Gruppenleiters, sondern auch der technischen Infrastruktur. Oftmals haben Jugendeinrichtungen nicht die technischen Kapazitäten oder die erforderliche Internetverbindung. Dies ist jedoch auch Grundbestandteil für gelungene Medienprojekte.

## Interviewpartner\*innen

**Daniel Heinz:** Jahrgang 1978; Diplom-Sozialpädagoge, Medienpädagoge (M.A.); Spieleratgeber-NRW der Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW; außerdem u.a. Redaktionsleitung bei der Broschüre *Digitale Spiele pädagogisch beurteilt*, Referent bei der Initiative Eltern und Medien sowie den Medienscouts NRW, Jugendschutzsachverständiger bei der Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK).

**Linda Scholz:** Medienkulturwissenschaft/Medieninformatik (B.A.); Masterstudentin Medienkulturwissenschaft an der Universität zu Köln; Spieleratgeber-NRW der Fachstelle für Jugendmedienkultur; außerdem u.a. Fachreferentin für Medienbildung und -kultur, Projektleitung Kulturelle Bildung auf dem Next Level Festival for Games und Jurymitglied für den Kindersoftwarepreis Tommi.



---

## **Abbildungsnachweis**

### *Titelbild*

© Monkey Business Images / Shutterstock.com

### *Porträtfoto Dr. Franziska Giffey*

© Bundesregierung / Jesco Denzel (Seite 9)

### *Friederike von Gross / Renate Röllecke*

© Katharina Künkel (Seite 15)

### *Lars Gräßer / Markus Gerstmann*

© BigTunaOnline / Shutterstock.com (Seite 19)

### *Christa Gebel / Andreas Oberlinner*

© Jacob Lund / Shutterstock.com (Seite 46)

### *Isabell Venne / Larissa Brands*

© Eigensinn e.V. (Seiten 67, 69)

### *Luise Meergans / Sophie Pohle*

© artistlike / Pixabay.com (Seite 85)

### *#stadtsache. Crossmediale Teilhabe an der Stadt.*

© Anke M. Leitzgen (Seiten 152, 154, 156, 159)

### *Trickmisch – Deutsch lernen mit Trickfilmen*

© Roland Bertram (Seite 160)

© Julia Kapelle (Seite 163)

© Barbara Klinker (Seite 165)

*Fotos und Abbildungen zu den Projektbeschreibungen und Interviews wurden uns freundlicherweise vom jeweiligen Projekt zur Verfügung gestellt.*

---