

Eltern und Kinder. Online-Handeln reflektieren



Thema: Werte und Netz, Medienaneignung, Nutzungsintensität, Verbraucherbildung

Zeitbedarf: 120 Minuten **Arbeitshilfe:** PDF-Präsentation, [Hintergrundinformationen zum Input](#), [Gesprächsanreize](#), [Wertekarten](#)

Medien und Material: Laptop, Beamer, Boxen je mit Übertragungskabel, Internetzugang (YouTube), PDF-Reader (Acrobat Reader 9 oder höher), 4 Farbkarten / Person (pink, gelb, blau, grün), Spielgeld, Hammer o. Ä.

Alle Materialien stehen online zur Verfügung unter [Ich Wir Ihr im Netz](#)

Ablauf

Vorstellung und Rahmenbedingungen

Zu Beginn werden die Teilnehmenden begrüßt und die Rahmenbedingungen des Abends geklärt.

Tipp: Es empfiehlt sich, die Anwesenden darauf hinzuweisen, dass eine lockere Gesprächsatmosphäre herrschen soll und Fragen / Anmerkungen jederzeit gestellt / getätigt werden können.

Einstieg

Zum Einstieg wird ein Werbeclip ([Emma, Le Trèfle](#)) gezeigt. Anschließend wird auf das Thema Medienerziehung in der Familie eingegangen.

Stimmungsbild

Es folgt ein Positionierungsspiel bei dem sich die Erwachsenen und Jugendlichen mit farbigen Papierkarten zu drei unterschiedlichen Fragestellungen positionieren, indem sie diese hochhalten. Nach jeder Fragestellung bekommen die Teilnehmenden die Möglichkeit, ihre Meinung zu erläutern. Diskussionen zwischen den Anwesenden sind durchaus erwünscht. *Tipp:* Um ein offenes Gesprächsklima zu fördern, sollten die Aussagen der Eltern nicht gewertet werden. Eine Diskussion unter den Eltern ist durchaus wünschenswert, Kritik Ihrerseits jedoch weniger.

Medienaneignung

Gemeinsam überlegen Eltern und Jugendliche, warum sie bestimmte Medien und Inhalte nutzen und andere diese nicht nutzen. Die Überlegungen werden in einer Mindmap festgehalten. Anschließend werden ggf. fehlende Aspekte ergänzt.

Tipp: Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, die Ergebnisse als Mindmap festzuhalten. Sehr gut eignen sich z. B. simple Online-Tools wie mindmeister.com. Ebenso lassen sich die Erkenntnisse aber mit Moderationskarten oder auf einem Whiteboard etc. fixieren.

Input Wertethematik

Die Teilnehmenden erhalten einen kurzen Input über den Zusammenhang von Werten und Online-Medien.

Werteauktion

Die Teilnehmenden können nun Werte ersteigern, die ihnen im Zusammenhang mit ihrem Online-Handeln besonders wichtig sind. Jedes 2er-Team bekommt hierfür 300 € Spielgeld ausgehändigt. Nacheinander hält die Spielleitung die einzelnen Eigenschaften hoch. Wenn eine ersteigert wurde (oder auch nicht) wird die nächste präsentiert. Die Bietenden kennen das Angebot im Vorfeld nicht und müssen sich spontan entscheiden, ob sie die Eigenschaft kaufen und wie

viel sie ausgeben möchten. Bestenfalls geht es bei der Auktion folglich recht lebhaft zu. Sind alle Eigenschaften versteigert, dürfen die Teilnehmenden erläutern, wie es ihnen bei der Auktion ergangen ist und warum sie ihre Eigenschaft(en) ersteigert haben.

Tipp 1: Eltern und ihre eigenen Kinder sollten bei diesem Spiel in getrennten Teams spielen, um eine lockere Spielatmosphäre zu gewährleisten.

Tipp 2: Das Engagement der Spielleitung ist zudem ausschlaggebend für das Gelingen des Spiels. Dabei gilt je lebhafter die Teilnehmenden bieten, desto besser.

Tipp 3: Die Anzahl der Werte kann während des Spiels von der Spielleitung modifiziert werden. Dauert die Versteigerung zu lange und / oder lässt die Motivation der Bietenden nach, sollte das Ende eingeläutet werden.

Input Online-Kommunikation

Die Teilnehmenden erhalten kompakte Informationen dazu, über welche Zugänge das Internet derzeit von Jugendlichen und Erwachsenen genutzt wird und welche mobilen Anwendungen derzeit relevant sind.

Flüstergruppen

Die Anwesenden teilen sich in kleine Flüstergruppen à vier Personen auf (Jugendliche und Erwachsene gemischt, bestenfalls Eltern und ihre Kinder getrennt voneinander). Jede Gruppe bekommt identische Leitfragen ausgehändigt. Zum Einstieg hören sich alle gemeinsam ein [Hörspiel](#) an. Anschließend bekommen die Gruppen etwa 15 Minuten Zeit, sich untereinander auszutauschen. Nun haben die unterschiedlichen Gruppen die Möglichkeit, im Plenum über die zentralen Punkte ihrer Diskussion zu sprechen und ggf. erneut in den Austausch zu treten (etwa 10 Minuten).

Tipp: Es ist wichtig, während der Gruppenphase darauf zu achten, dass Erwachsene und Jugendliche miteinander ins Gespräch kommen. Insbesondere Erwachsene tendieren dazu über Jugendliche zu reden und nicht mit ihnen.

Input Nutzungsintensität und kommerzielle Strukturen

In kompakten Sinneinheiten werden Herausforderungen einer hohen Nutzungsintensität dieser Online-Angebote thematisiert und Hintergrundinformationen zur kommerziellen Strukturierung von Online-Angeboten gegeben.

Familientipps

Abschließend bekommen die Anwesenden vier Tipps an die Hand, die sie in ihrer Familien grundlegend beherzigen sollten.

Rückfragen und Diskussion

Sofern die Teilnehmenden noch Fragen haben, die bisher nicht behandelt wurden, können sie diese nun stellen. Zudem können sie alle Punkte ansprechen, die sie noch diskutieren möchten.

The publication was created as part of the project: [EMELS](#)

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Information about the resource

Publisher: JFF as part of EMELS project co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Rights: Creative Commons Attribution – Share Alike

This resource is attached to Media Literacy Standard for youth Workers. To find out more about the Standard go to <http://emels.eu>

Resource prepared using [MIL/PEER](#) editing platform.

Source available at <http://milpeer.eu/documents/354/>