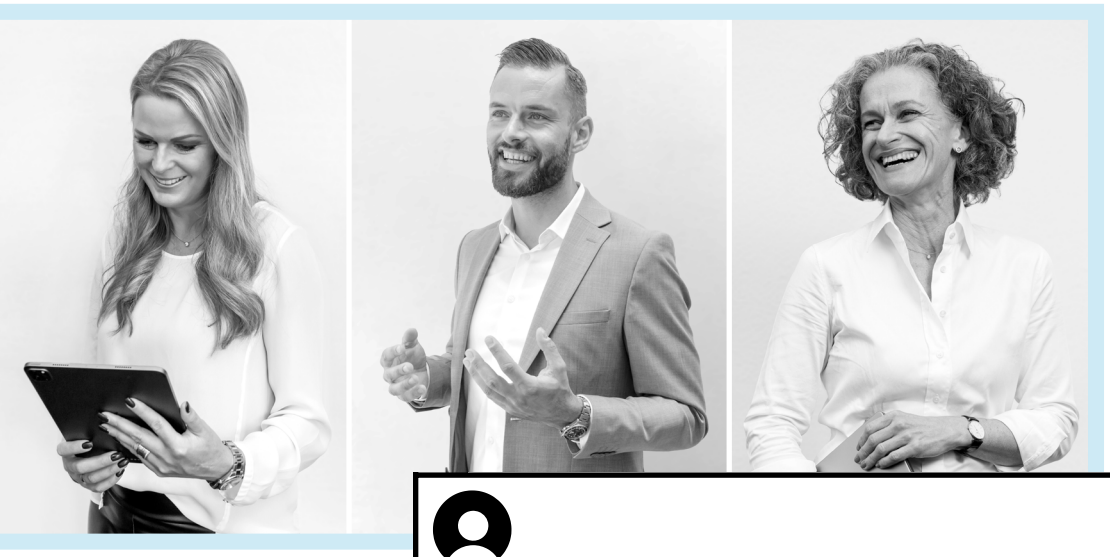
SONAR

nr.14

Diesmal ausgelotet:
Medienkompetenz



»Wir brauchen klare Leitplanken.«

Sind junge Menschen den sozialen Medien gewachsen? Drei Experten diskutieren über Risiken, Regeln und richtige Vorbilder.

Das Bildungsmagazin der Deutsche Telekom Stiftung

Zukunftsbilder

Text: JULIAN VAN DIEKEN/CLAUDE AI

Dieses deutsche Gymnasium mit einem Hightechlabor für Neurobiologie klingt geradezu fantastisch. Weil immer mehr Schüler des Wilhelm-Gymnasiums in Burgwald sich für Biotechnologie, Neurologie und Pflanzenwissenschaften begeisterten, stampfte die Lehrerin Lisa Ducker mit Rückendeckung der Schulleitung in ungewöhnlicher Initiative das „Bio-Bot-Lab“ aus dem Boden. Schülerin Lea ist begeistert: „Ich programmiere gerade Nanobots, um die Waldreben in unserem Gewächshaus interaktiv zu machen!“ Das Lab ist außerordentlich beliebt bei der Schülerschaft: Hier können die Jugendlichen mit modernen Hilfsmitteln Pflanzen mit Robotik kombinieren. „Wenn es klappt, werden meine Reben bald auf menschliche Berührungen und Befehle reagieren können“, schildert Lea. Möglich wurde das durch unterstützende Eltern, eine offene Schulleitung, die Naturwissenschaften und Kreativität gleichwertig fördert, – und eine engagierte Lehrerin, die mit ihren Schülern aktives Lernen vorlebt.

↘ Julian van Dieken ist Medienpädagoge und KI-Künstler. Diese fiktive Geschichte hat er mithilfe von künstlicher Intelligenz erstellt – inklusive „Promptografie“, einem KI-Bild, das wie ein echtes Foto wirkt. Er sagt: „Das Tempo der technologischen und medialen Entwicklung ist enorm. Umso wichtiger, dass schon Kinder und Jugendliche im Rahmen ihrer Medienbildung lernen, wie künstliche Intelligenz funktioniert und wie sie KI-Werkzeuge kompetent und verantwortungsbewusst nutzen.“

FOTO: JULIAN VAN DIEKEN

»Influencer sollten verantwortungsvoll mit ihrer Rolle umgehen.«

Sagt Wissenschaftlerin Nadja Enke, die Influencer-Marketing in Deutschland untersucht hat.

Seite 26

»Sind wir gute Vorbilder? Nein, sind wir nicht.«

Stiftungsgeschäftsführer Jacob Chammon und zwei Expertinnen sprechen über soziale Medien und ihren Einfluss auf Kinder und Jugendliche.

Seite 6

02 Zukunftsbilder
Künstliche Intelligenz erfindet „Bio-Bot-Lab“.

06 „Schaut hin, was passiert!“
Wie kompetent sind Kinder und Jugendliche im Umgang mit sozialen Medien?

12 Wissen vermitteln statt hüten
Bibliothekare sind heute oft auch Lernbegleiter – so wie Regina Böhning.

14 Lernen mit Likes
Bildungstrainerin Sophie Weller zeigt, wie Pädagogen TikTok, Instagram & Co. didaktisch nutzen können.

16 Frau Borzi geht online
Kompetent mit digitalen Medien umgehen – das ist auch für Erwachsene wichtig. Einblick in zwei Projekte.

»Das ist Hochleistung fürs Hirn.«

Medienpädagoge Tim Clemenz kennt die positiven Effekte des „Daddelns“ auf Kopf und Körper. Aber auch die Vorbehalte gegenüber Games. In Seminaren klärt er Eltern auf und gibt ihnen Orientierung.

Seite 16

Impressum
sonar Nr. 14 (Jg. 2023) **Herausgeber** Deutsche Telekom Stiftung, Friedrich-Ebert-Allee 71–77 (Haus 3), 53113 Bonn, Tel. 0228 181-92021, kontakt@telekom-stiftung.de **Verantwortlich für den Inhalt** Jacob Chammon **Redaktionsleitung** Andrea Servaty, Daniel Schwitzer **Redaktion, Grafik und Layout** SeitenPlan GmbH Corporate Publishing, www.seitenplan.com **Druck** Schmidt, Ley + Wiegandt GmbH + Co. KG

Im Sinne der besseren Lesbarkeit verzichten wir in unseren Texten weitgehend auf geschlechtsdifferenzierende Formulierungen. Die Begriffe gelten im Sinne der Gleichberechtigung grundsätzlich für alle Geschlechter. Wir verfolgen generell einen diskriminierungsfreien Ansatz. Die verkürzte Sprachform hat daher rein redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

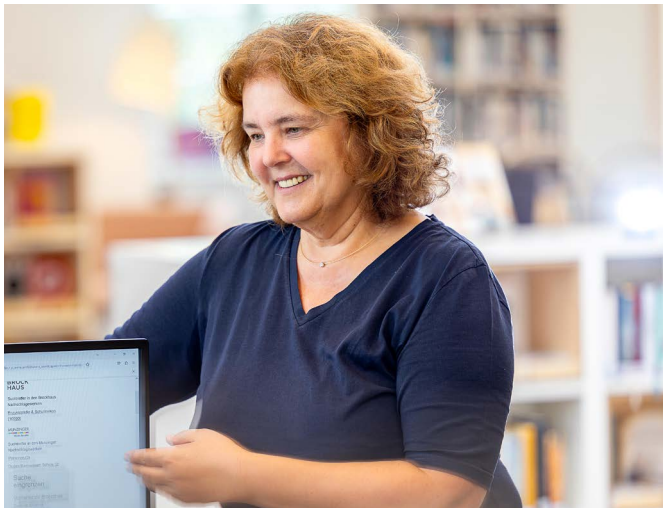
Titelfotos: Sascha Kreklau, Norbert Ittermann, Focke Strangmann

22 Neue Medien, alte Ängste
Jedes Medium hat seine Kritiker. Das war früher nicht anders. Eine Zeitreise.

26 Beeinflusst
Zwischen Vertrauen und Manipulation: Influencer sind die Stars der jungen Generation.

30 Aus der Stiftung
Über uns und unsere Projekte.

32 Bildungslücke
Was ist Phubbing?



»Wichtig ist uns, immer alle einzubinden und selbst aktiv werden zu lassen.«

Als Teaching Librarian in der Stadtbibliothek Paderborn macht Regina Böhning junge Menschen fit im Umgang mit Informationen und digitalen Medien.

Seite 12

FOTOS: SASCHA KREKLAU, WOLFRAM SCHEIBLE, NORBERT ITTERMANN

Editorial

Noch viel zu tun

Wie steht es um meine eigene Medienkompetenz? Das frage ich mich als Kommunikatorin einer Bildungsstiftung inzwischen ständig. Und stelle fest: Es ist nicht leicht, mit der Entwicklung mitzuhalten. Gefühlt gibt es jede Woche neue Werkzeuge, die Texte schreiben, Fotos machen, Videos produzieren – und deren Ergebnisse kaum von „echter“ Kommunikationsarbeit zu unterscheiden sind. Die Flut an Informationen zu Themen, die mich interessieren, nimmt zu und natürlich begegne ich auch immer wieder Desinformationen, deren Realitätsnähe mich erstaunt und bisweilen erschreckt.

In dieser Ausgabe der sonar beschäftigen wir uns intensiv mit dem Thema Medienkompetenz. Und ich habe wieder viel dazugelernt – zum Beispiel, wie viele Akteure sich engagieren, um Kindern und Jugendlichen Medienkompetenz zu vermitteln. Sie sind Vorbilder, unterstützen, begleiten und beraten. Bei der Recherche wurde aber auch klar: Es gibt noch viel zu tun, um junge Menschen fit für die Zukunft mit Medien zu machen. Und diese Zukunft beginnt morgen …

Ich wünsche Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre!

Ihre
Andrea Servaty
Leiterin Kommunikation

Gesa Gräfin von Schwerin

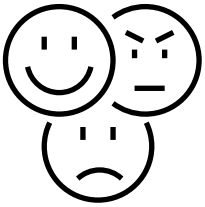
»Schaut hin, was passiert!«

Interview: ANDREA SERVATY

Jacob Chammon

Wie kompetent sind unsere Kinder und Jugendlichen, wenn es um die sozialen Medien geht? Und was müssen wir Erwachsene tun, um gute Vorbilder zu sein? Darüber und über vieles mehr haben wir mit der Schulleiterin Silke Müller, der Rechtsanwältin Gesa Gräfin von Schwerin und unserem Geschäftsführer Jacob Chammon gesprochen.

Silke Müller



FOTOS: NORBERT TITTERMANN, SASCHA KREKLAU, FOCKE STRANGMANN

Silke Müller

ist seit 2015 Leiterin der Waldschule Hatten und Digitalbotschafterin Niedersachsens. An der Waldschule engagiert sich die ganze Schulgemeinschaft für die Digitalisierung, um die Schülerinnen und Schüler bestmöglich auf die Zukunft vorzubereiten. Trotz der Affinität zum Digitalen macht sich Silke Müller Sorgen um die Wirkung sozialer Netzwerke auf die Kinder und Jugendlichen. Ihr „Spiegel"-Bestseller „Wir verlieren unsere Kinder" greift das Thema auf.

TikTok ist einer der beliebtesten Social-Media-Kanäle bei jungen Menschen. Wer von Ihnen ist auf TikTok mit einem eigenen Account unterwegs?

Silke Müller: Ich habe einen Zugang, um dort nach Trends und Entwicklungen Ausschau zu halten. Wir wollen als Schule natürlich gern wissen, was da passiert, ob es Inhalte gibt, die problematisch werden könnten, womit die Schülerinnen und Schüler – und dann irgendwann auch wir Lehrkräfte – konfrontiert werden. Eigentlich ist das Ziel, Trends früh zu erspüren und sozusagen vor die Welle zu kommen.

Und klappt das – kommen Sie vor die Welle?

Silke Müller: Nein, leider nie. Das Netz ist global und daher einfach zu schnell.

Gesa von Schwerin: Ich habe mir mal ein TikTok-Konto angelegt, weil mein Team mir das empfohlen hatte. Ich musste dann aber meine Tochter zu Rate ziehen, weil ich nicht ganz verstanden habe, wie die Plattform funktioniert. Ich fand es zunächst ganz lustig, dann insgesamt aber zu hektisch und nichts für mich.

Sind unsere Kinder und Jugendlichen – die gemeinhin als Digital Natives bezeichnet werden – ausreichend kompetent, was den Umgang mit digitalen Medien angeht? Wenn ja, warum? Wenn nein, woran fehlt es?

Gesa von Schwerin: Meiner Meinung nach sind sie das überhaupt nicht. Sie können von oben nach unten und von links nach rechts wischen oder auch Computerspiele bedienen, aber das verstehe ich nicht unter Kompetenz. Aus meiner beruflichen Sicht gehört dazu zum Beispiel auch, dass junge Menschen die rechtlichen Aspekte im Umgang mit den Netzwerken kennen. Sie müssen wissen, dass im Internet, in den sozialen Medien eben auch Recht gilt und dass sie selbst – nicht die Eltern – belangt werden können, wenn sie Gesetze und Regeln verletzen.

Ab welchem Alter?

Gesa von Schwerin: Im Zivilrecht geht das bereits ab zehn, elf Jahren. So habe ich zum Beispiel gerade fünf Siebtklässler abgemahnt, die einen Lehrer verunglimpft hatten. Im Strafrecht ist die Altersgrenze 14 Jahre. Grundsätzlich finde ich, je älter die Kinder werden, desto mehr müssen sie lernen, Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen.

Jacob Chammon: Ganz meine Meinung. Und: Die Kinder müssen verstehen, dass das Thema Verantwortung in der digitalen Welt ebenso eine Rolle spielt wie in der realen. In der Schule predigen wir ab Klasse 1, dass man wertschätzend und respektvoll miteinander umgehen muss. Die Kinder lernen, dass auch Worte verletzen können und man sich auf dem Schulhof nicht prügelt. Und natürlich sollten sie auch für das Leben mit und in den sozialen Medien mitnehmen, dass man dort nicht pöbelt, mobbt oder ausgrenzt.

Herr Chammon, Sie haben in Deutschland und Dänemark unterrichtet. Gibt es da Unterschiede in der Medienkompetenz von Schülerinnen und Schülern?

Jacob Chammon: Tatsache ist, dass die Kinder überall sehr viel und sehr lange online sind. In Deutschland vielleicht mehr während der Freizeit als in der Schule. Was mir wichtig ist: Die jungen Menschen nehmen sich selbst als kompetent wahr. Was wir Erwachsene, die hier gerade diskutieren, für Kompetenz halten, ist etwas ganz anderes. Ich bin daher dafür, dass wir Kinder und Jugendliche mitnehmen, wenn wir über Medienkompetenz reden. Wie sehen sie bestimmte Entwicklungen, welche Rolle spielen die Schule und die Familie bei diesem Thema für sie? Wir müssen sie unterstützen, damit sie sich Hilfe holen, wenn sie gemobbt werden oder Gewaltvideos geschickt bekommen. Sie müssen wissen, an wen sie sich wenden können und wie sie Informationen kritisch hinterfragen können. Gerade das kritische Denken und die Urteilskraft unterstützen wir bei der Telekom-Stiftung mit unserem Projekt Qapito.

Silke Müller: Was wir bedenken müssen, ist, dass wir Erwachsene zwischen analoger und digitaler Welt unterscheiden. Das machen Kinder und Jugendliche nicht. Für sie gibt es nur eine Welt. Sie empfinden die Kommunikation im digitalen Raum als vollkommen normal und als Teil ihrer Kinder- oder ihrer Jugendkultur. Aber ich möchte unterstreichen, was Jacob Chammon gesagt hat: Wir müssen das kritische Hinterfragen viel mehr fördern – oft machen die Erwachsenen das selbst auch nicht. Und wir müssen aufklären, zum Beispiel mit präventiven Angeboten, wie Gesa von Schwerin sie macht.

Frau von Schwerin, Sie geben Webinare an Schulen in ganz Deutschland zu Themen wie Cybermobbing und Recht am eigenen Bild. Was überrascht Sie bei diesen Terminen am meisten?

Gesa von Schwerin: Das Erstaunen und die Fassungslosigkeit vieler Erwachsener. Ich finde es unglaublich, dass es im Jahr 2023, also nach mehr als 20 Jahren Internet, immer noch Menschen gibt, die nicht wissen, was in den Netzwerken abläuft. Sie wundern sich über das Maß an Desinformation, Gewalt und Pornografie, das uns und vor allem den Kindern dort begegnet. Sie wissen zu wenig über die rechtlichen Aspekte. Ich denke dann immer, das kann und darf doch nicht sein. ›

Jacob Chammon

ist seit August 2023 Geschäftsführer der Deutsche Telekom Stiftung. Der gebürtige Däne und ausgebildete Lehrer war zuvor geschäftsführender Vorstand des Forum Bildung Digitalisierung. Die von zehn Stiftungen getragene Initiative setzt sich für systemische Veränderungen und die digitale Transformation im Bildungsbereich ein. Chammon hat in Dänemark zahlreiche Fach- und Schulbücher zu unterschiedlichen Themen verfasst.

Da freut man sich, dass sich das Thema Medienbildung in allen Lehrplänen findet. Das heißt, die Schulen sind gut aufgestellt, oder?

Jacob Chammon: Leider noch nicht, aber sie können Medienkompetenz auch nicht allein vermitteln. Ich weiß aus meiner Zeit als Lehrer und Schulleiter, dass es bei diesem Thema sehr hohe Erwartungen an Schule gibt. Was Schule aus meiner Sicht leisten muss, ist, einen vernünftigen, richtigen, sorgfältigen Umgang mit den neuen Medien zu vermitteln. Viele Lehrkräfte sind da gut unterwegs. Das Thema muss zugleich aber auch Aufgabe in der Familie oder in der privaten Umgebung sein. Viele Erwachsene nutzen das Handy ständig – beim Einkaufen, im Restaurant oder in anderen Situationen. Ich habe sicher auch zu viel Bildschirmzeit. Sind wir damit eigentlich gute Vorbilder für Kinder und Jugendliche? Nein, sind wir nicht. Ich sage immer: Gib den Kindern keine Regeln, die du selbst nicht einhältst. Dazu kommt, dass wir Erwachsene oft auch nicht über genug Kompetenzen verfügen und gemeinsam mit den Kindern lernen müssen. Als ich nach Deutschland kam, gab es diese Spots vor den Nachrichten mit dem Titel „Schau hin“. Das fand ich toll und für mich ist das immer noch ein Mantra. Schaut hin, was da passiert. Setzt euch hin und macht Onlinespiele gemeinsam oder seht zusammen TikTok-Videos an. Redet darüber, auch zu Hause. Schule kann und soll das Thema nicht allein angehen.

»Gib den Kindern keine Regeln, die du selbst nicht einhältst.«

Jacob Chammon

Silke Müller: Ich bin derselben Meinung. Die Schule kann begleiten, Kompetenzen vermitteln und hat natürlich einen Bildungs- und Erziehungsauftrag. Aber aus meiner Sicht müssen sich Eltern schon mit dem Thema Medien befassen, bevor Kinder in die Schule kommen. Schon von klein an erleben die Kinder die Erwachsenen mit dem Handy, mit Computerspielen, mit allem drum und dran. Und die Erwachsenen geben ihnen Handys und Tablets in die Hand. Das führt aus meiner Sicht häufig zu einer gefährlichen Beziehungslosigkeit, wenn Menschen eher auf Displays schauen als sich gegenseitig ins Gesicht. Das verhindert, dass das Kind menschliche Beziehungen lernt – Fürsorge ebenso wie Auseinandersetzungen. Es ist ein eher fürchterliches Bild, wenn Eltern vormachen, wie schön es ist, immer am Handy zu sitzen. Ich halte das für eine Art von Kindeswohlgefährdung. Eltern müssen verstehen, dass sie beim Thema digitale Medien eine große Verantwortung haben, aber auch großen Schaden anrichten können.

Das Internet und die sozialen Medien sind für alle zugänglich, auch für junge Menschen, die besonders schützenswert sind, weil sie zum Beispiel Einschränkungen haben …

Gesa von Schwerin: Das ist richtig und es ist wichtig, dass wir auch an diese Gruppe denken. Ich habe viele Anfragen dazu. Wir haben eine Lernplattform entwickelt, die unsere Inhalte rund um die Uhr bereitstellt. Ich bin gerade dabei, diese Angebote auch in Leichter Sprache und mit Gebärdendolmetschern bereitzustellen. Das alles ist eine enorme Herausforderung und wir machen das praktisch ohne Unterstützung der Verantwortlichen aus der Politik.

Was meinen Sie damit genau?

Gesa von Schwerin: Die Schulen und die Lehrkräfte brauchen Partner und sind auch dankbar und offen für unser Engagement. Was fehlt, ist die Unterstützung der Politik für diese Zusammenarbeit. Außer Rheinland-Pfalz lässt sich meines Wissens kein Land in die Verantwortung nehmen, für mehr Prävention zu sorgen. Und das bringt mich mittlerweile wirklich auf die Barrikaden. Es gab einen Beschluss der Justizministerkonferenz im November 2022. Demnach muss es mehr Aufklärung in Schulen geben zu den rechtlichen Grundlagen rund um die Nutzung der sozialen Medien. Ich habe die Justizminister- und auch die Kultusministerkonfe-

renz angeschrieben und angeboten, unser Programm vorzustellen, damit das Rad nicht neu erfunden wird. Passiert ist gar nichts, ich habe nur nichtssagende Antworten erhalten. Das macht den Eindruck, als sei es der Politik völlig egal, was mit den Kindern passiert.

Jacob Chammon: Was mir in Deutschland oft auffällt, ist die Tatsache, dass die Politik oder wir alle zunächst immer nach der Rechtssicherheit fragen oder sie gewährleisten wollen, bevor wir ein Problem angehen. Das verhindert aus meiner Sicht, dass wir in wichtigen Themen schneller vorankommen.

Silke Müller: In Sachen Politik bin ich der Auffassung, dass wir hier auf eine strengere Gesetzgebung für die Social-Media-Nutzung hinwirken müssen. Nur Absichtserklärungen und Empfehlungen helfen nicht, es muss ganz, ganz klare Leitplanken für das Handeln im Netz geben, damit sich etwas zum Positiven verändert.

Letzte Frage: Was hat aus Ihrer Sicht Priorität, wenn es um bessere Medienkompetenz und mehr Schutz für junge Menschen geht?

Gesa von Schwerin: Wir müssen Netzwerke bilden, am besten bundesweit. Netzwerke, die gemeinsam an diesem Thema arbeiten, die nicht an irgendwelchen Befindlichkeiten kleben und delegieren. Hier auch Kinder und Jugendliche im Sinne von Peer-Learning einzubinden, halte ich für unbedingt nötig.

Silke Müller: Ich wünsche mir, dass wir Bildungspolitik nicht mehr föderal betrachten. Das ist fahrlässig. Es kann nicht sein, dass wir in Niedersachsen Themen anders angehen als in Bayern. Unter dem Einfluss sozialer Netzwerke sterben inzwischen Kinder. Da muss es doch einen Aufschrei geben. Außer Schlagzeilen für ein, zwei Wochen hat das aber keine Folgen. Das macht mir große Sorgen, was die Zukunft dieser Generation angeht.

Jacob Chammon: Für mich ist die Aufklärung entscheidend. Und zwar die Aufklärung nicht nur der Kinder und Jugendlichen, sondern auch der Erwachsenen – Eltern, Großeltern, Tanten, Onkel. Jeder kann dazu beitragen, dass das Internet ein sicherer Ort für Kinder und Jugendliche wird und sie lernen, sich souverän im Netz zu bewegen.

Gesa Gräfin von Schwerin

(ehemals Gesa Stückmann) ist Rechtsanwältin in Rostock. Seit 2007 beschäftigt sie sich mit dem Thema Cybermobbing und hielt von 2007 bis 2012 in Mecklenburg-Vorpommern Vorträge an Schulen. 2013 rief sie das Präventionsprojekt Law4School ins Leben und bietet seitdem bundesweit Live-Webinare zu rechtlichen Fragen rund um Internet und soziale Netzwerke an. Die Inhalte richten sich an Schülerinnen und Schüler, aber auch an Lehrkräfte und Eltern.

Das Thema Medienkompetenz ist der Schwerpunkt des Stiftungsprojekts Qapito! – Quellen kritisch beurteilen. Materialien für Lernbegleiter und ein Lernspiel unterstützen unter anderem bei der Bewertung von Quellen.
telekom-stiftung.de/qapito

JOBPORTRÄT Teaching Librarian

Wissen vermitteln statt hüten

Protokoll: ANNIKA KLAUS
Foto: SASCHA KREKLAU

Bibliotheken haben mehr zu bieten als Bücher: Teaching Librarians machen junge Menschen fit im Umgang mit Informationen und Medien. Hier erzählt Regina Böhning aus ihrem Arbeitsalltag.

Seit meiner Ausbildung zur Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste arbeite ich in Bibliotheken, seit 2012 in Paderborn. Aber immer nur das Gleiche zu machen, das hat mir nie gereicht. Und damit bin ich in der Stadtbibliothek Paderborn genau richtig, denn auch die entwickelt sich ständig weiter. Weil die Welt draußen sich verändert, und das ja besonders im ureigensten Bereich von Bibliotheken: dem der Informationen und Medien.

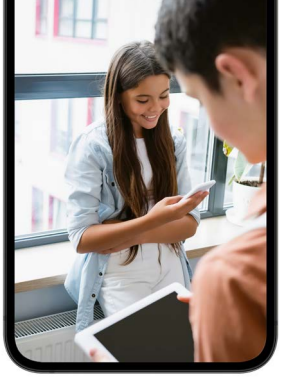
Recherchetrainings bieten wir schon sehr lange an und vermitteln Kindern und Jugendlichen, wie sie Informationen finden, auswerten und einordnen. Die Ausweitung auf die neuen Medien kam nach und nach. Heute haben wir ein breites Bildungsangebot für Kitas und Schulen. Gemeinsam mit unserer medienpädagogischen Kollegin sind wir immer dabei, das zu erweitern. Sie hat alles, was wir anbieten, analog zum Medienkompetenzrahmen NRW zugeschnitten, der für die Schulen verpflichtend ist. So finden Lehrkräfte bei uns ganz einfach, was zu ihrem Unterricht passt – Workshops zu digitalen Präsentationen, zum Datenschutz oder Umgang mit Fake News und Hatespeech genauso wie zu Gamedesign oder Programmieren. Als Teaching Library bezeichnen wir uns selbst nicht, der Begriff hat sich in Deutschland nur in Wissenschaftlichen Bibliotheken durchgesetzt. Öffentliche Bibliotheken wie wir sprechen eher vom Lernraum Bibliothek.

Wenn Schulklassen zum Recherchetraining zu uns kommen, lassen wir sie erst einmal durch die ganze Bibliothek sausen. Natürlich nicht planlos, sondern mit einer Rallye per App. Auf Tablets beantworten die Schüler Fragen zur Bibliothek, etwa: „Wie viele Internetplätze gibt es in der zweiten Etage?“ Ziel ist es, dass sie sich überall umgucken und orientieren. Wieder zurück in der Gruppe, zeigen wir ihnen unsere Website mit allen Recherchemöglichkeiten in Datenbanken und unserem Onlinekatalog. Die nutzen sie im Anschluss gleich selbst, um Aufgaben zu bearbeiten. Dazu können sich die Kinder und Jugendlichen im Haus verteilen und an Tablets arbeiten. Wir gehen rum und unterstützen, wo es nötig ist. Wichtig ist uns, immer alle einzubinden und aktiv werden zu lassen. Einmal gesehen, reicht ja nicht; man muss es selbst gemacht haben.

Meine Kolleginnen und ich kommen aus verschiedenen fachlichen Richtungen und bespielen das Feld Medien- und Informationskompetenzvermittlung gemeinsam. Neben der Medienpädagogin und mir sind in unserem Team noch weitere Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste, darunter auch einige Quereinsteiger. Auch eine ehemalige Lehrerin hatten wir mal. Ich selbst habe vor einigen Jahren meine Fachwirtin für Medien- und Informationsdienste gemacht, drei Jahre lang alles durchgeackert, was Bibliothekare im Studium machen, darunter auch Bibliothekspädagogik. Der Titel meiner Abschlussarbeit: „Lernraum Bibliothek. Vorsprung allein durch Technik?“

Unser Lerncafé eignet sich auch fürs Arbeiten in Gruppen, ausgestattet mit Whiteboard und großen Tischen. Gut lernen und arbeiten lässt sich aber auch an anderen Stellen im Haus, sogar in einer schallisolierten Lernkabine. Unsere digitalen Angebote verteilen sich übers Haus: 3-D-Drucker, Virtual-Reality-Technik, Gaming-PCs und -Konsolen… Zu allem machen wir Veranstaltungen, meistens nachmittags, damit Kinder und Jugendliche kommen können; außerdem auf Anfrage. Die Geräte sind aber auch frei nutzbar.

Wir merken, dass immer mehr Menschen, nicht nur Kinder und Jugendliche, zu uns kommen und hier ihre Mittagspause oder mehrere Stunden mit Lernen, Lesen und Spielen verbringen. Wir helfen auch bei Facharbeiten und machen jedes Jahr eine lange Lernnacht: Schüler kurz vorm Abschluss können dann bei uns, allein oder in Gruppen, alles durchgehen, wir bieten den Raum, Lernhilfen, Snacks und Getränke an. Viele sagen uns, wie schön das ist. Auch die Lehrkräfte, die mit ihren Klassen zu uns kommen, bleiben uns treu. Das Problem ist nur, dass sie immer mehr Dinge draufgepackt bekommen, die sie erledigen müssen. Mit unseren Angeboten zur Vermittlung von Informations- und Medienkompetenz können wir ihnen hoffentlich ein bisschen Arbeit abnehmen.



LERNEN MIT LIKES

Soziale Medien didaktisch nutzen? Unbedingt, sagt die Bildungstrainerin Sophie Weller. Hier gibt sie Lehrkräften und außerschulischen Lernbegleitern drei Methoden an die Hand.

Protokoll: DANIEL SCHWITZER

1 TikTok als Informationsquelle?

Die Plattform TikTok dient Jugendlichen nicht nur zur Unterhaltung, immer mehr nutzen sie auch als Suchmaschine. Das ist nicht unproblematisch, bedenkt man das Maß an Desinformation und Fake News, das dort kursiert. Gleichzeitig können Erklärvideos auf TikTok Lernenden einen niedrigschwelligen Einstieg in ein Thema bieten und bei Heranwachsenden Interesse etwa auch für politische Themen wecken. Um den Blick der Jugendlichen für seriöse und unseriöse Quellen zu schärfen, sollten Lehrkräfte und andere Lernbegleiter mit ihnen verschiedene Wege der Informationssuche beleuchten. Dazu teilen sie die Lernenden zum Beispiel in drei Gruppen auf und vergeben für alle denselben fachlichen Rechercheauftrag. Die erste Gruppe sucht bei TikTok, die zweite bei Google und die dritte in der (Schul-)Bibliothek. Anschließend werden die Ergebnisse zusammengetragen und diskutiert: Auf welche Informationen sind die drei Gruppen gestoßen und auf welche nicht? Worin unterscheidet sich die Aufbereitung der Sachverhalte und wie verändert sich dadurch der Informationsgehalt? Wann eignet sich welcher Rechercheweg und wo stößt man dort an welche Grenzen?

Ein wichtiger Aspekt: Die sozialen Medien tangieren unmittelbar persönliche Interessenbereiche. Und nicht jeder und jede will zeigen, welchem Influencer er folgt oder welchen Filter sie nutzt. Wenn Pädagogen mit Jugendlichen direkt auf Plattformen wie TikTok arbeiten, sollten sie deshalb einen anonymen Arbeits-Account für die Gruppe einrichten.

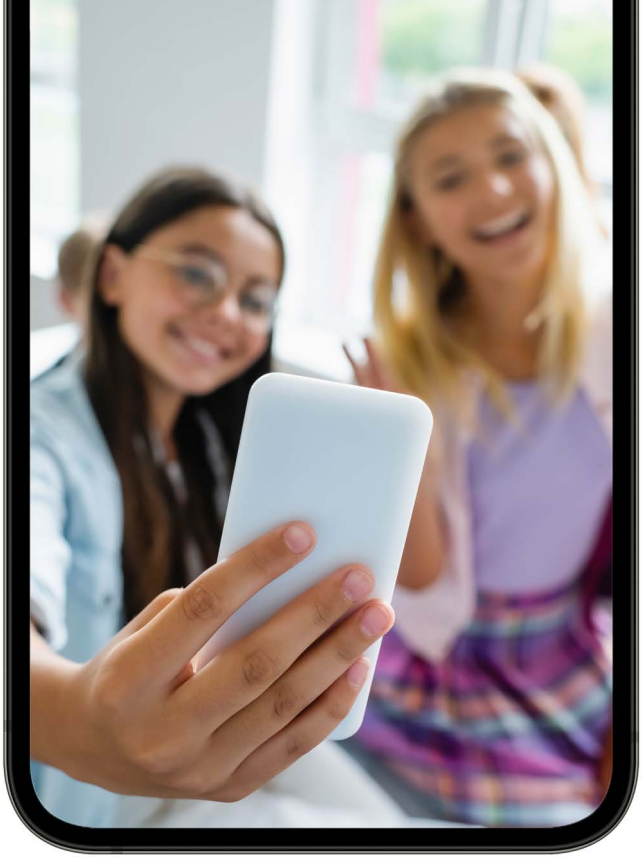
FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM, PRIVAT

Werde Bildungs-Influencer!

Die junge Generation liebt Influencer, weil sie unterhaltsam sind, Beratung zu allen Lebensbereichen bieten und ein Gefühl der Nähe erzeugen. Dass sich dahinter oftmals Geschäftsinteressen verbergen, steht auf einem anderen Blatt. Lernbegleiter können die Begeisterung der Kids nutzen, indem sie sie selbst zu Bildungs-Influencern machen. Dazu lassen sie die Jugendlichen kurze Videos drehen, in denen diese im Stil des Influencer-Marketings ein fachliches Thema mitreißend, aber doch gehaltvoll darstellen. Das bietet jede Menge kreativer Entfaltungsmöglichkeiten und weckt gleichzeitig Interesse für den Lernstoff. Selbstproduzierte Videos sind außerdem ein guter Aufhänger, um die Jugendlichen für die werblichen Seiten des Influencer-Daseins zu sensibilisieren. Zum Beispiel, indem sie Werbevideos für selbst ausgedachte Produkte konzipieren und dabei bewusst versuchen, auch deren Nachteile und Mängel möglichst positiv darzustellen.

Die Videos dienen übrigens nur didaktischen Zwecken und sollten am Ende nicht wirklich auf Instagram landen. Gefilmt werden darf zudem nur, wer dem vorher ausdrücklich zugestimmt hat. Vielleicht finden die Jugendlichen aber auch kreative Wege, in ihren Clips ganz auf Gesichter zu verzichten.

Sophie Weller ist selbstständige Bildungstrainerin und arbeitet als Teil der „Medienlotsinnen“ mit Schulklassen, Lehrkräften und Multiplikatoren unter anderem zu medienpädagogischen Themen.



Die Social-Media-Utopie

Wie schärft man das Verständnis von jungen Menschen für die Mechanismen, Hürden und Potenziale der Social-Media-Plattformen? Ganz einfach: Indem sie ihr eigenes imaginäres soziales Netzwerk konzipieren. Mögliche Leitfragen: Welche Themen sollen auf der Plattform stattfinden und welche nicht? Wie sollen Beiträge moderiert, positive Interaktionen gefördert und Hassrede verhindert werden? Mit welchen Maßnahmen kann die Privatsphäre der Nutzer geschützt werden? Soll es Filter zur Bildbearbeitung geben? Braucht es eine Altersbeschränkung? Und wie wird die Plattform finanziert? Ihre Konzepte gestalten die Jugendlichen entweder analog auf Plakaten oder digital, zum Beispiel mit selbst entworfenen Logos, Zeichnungen und Stickern.

Apropos Altersbeschränkung: Die liegt auf den echten Plattformen bei 13 Jahren. Allerdings lässt sich diese Hürde leicht umgehen, weshalb es für Pädagogen sinnvoll sein kann, das Thema Social Media auch schon mit Jüngeren zu behandeln. Eine Vorab-Umfrage klärt, wie relevant es für die Lerngruppe schon ist. Gerade die Methoden 2 und 3 zeigen aber, dass man die eigentlichen Plattformen gar nicht unbedingt nutzen muss, um ein Verständnis für deren Mechanismen zu vermitteln.

Wie kommen die Fotos vom Smartphone aufs Tablet? Anne Borzi will im Alter digital fit bleiben. Ehrenamtler Thomas Schacherer unterstützt sie dabei.

Frau Borzi geht online

Text: DANIEL SCHWITZER

TikTok, Tablet, Tetris: Kompetent mit Medien umzugehen, ist ein Thema nicht nur für Kinder und Jugendliche. Zu Besuch bei zwei Projekten, in denen auch andere Generationen noch was lernen können.

FOTOS: WOLFRAM SCHEIBLE

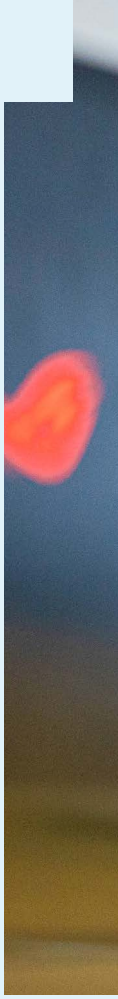
Nicht, dass Anne Borzi ein Reisemuffel wäre. Besonders für Italien schlägt das Herz der 79-Jährigen, von dort stammte ihr Mann, dort heiratete sie ihn vor mehr als einem halben Jahrhundert. Mit Lateinamerika dagegen hat Frau Borzi nun wirklich nichts am Hut. Muss sie auch gar nicht. Ist schließlich nur ein Beispielsatz, der gerade vom Beamer auf die Leinwand am Kopfende des Saals projiziert wird. „Mein schönster Urlaub war 1985 in Costa Rica!“, prangt da in fetten Buchstaben, daneben das Bild einer Palme am weißen Sandstrand. Genauso gut könnte es aber auch heißen: Mein erstes Auto war ein roter Fiat 500 Cabrio! Oder: Die beste Pizza Margherita aß ich 1965 in Neapel! „Ganz egal“, ruft Thomas Schacherer und klickt die Powerpoint-Präsentation weiter. „Wichtig ist nur, dass Sie einen Satz nehmen, den Sie sich auch merken können.“

Schacherer ist zu Gast in der Seniorenresidenz Hohentwiel im Süden von Stuttgart, um den Bewohnerinnen und Bewohnern Zutritt zu einer Welt zu verschaffen, in der immer noch viel zu wenige ältere Menschen in Deutschland unterwegs sind: der Welt der digitalen Medien. So nutzen laut einer Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest heute zwar vier von fünf Menschen zwischen 60 und 69 Jahren das Internet täglich. Allerdings sinkt der Anteil der Affinen mit zunehmendem Alter rapide; von den über 80-Jährigen etwa ist immer noch die Hälfte gar nicht online. Nur knapp jeder Vierte ab 60 Jahren attestiert sich zudem selbst gute oder sehr gute Computerkenntnisse. Noch geringer schätzen die Seniorinnen und Senioren ihre Kompetenz im Umgang mit mobilen digitalen Geräten ein.

Ob das auch auf Thomas Schacherers „Schülerinnen und Schüler“ zutrifft? Zwölf sind an diesem hochsommerlichen Donnerstag in die Cafeteria der Seniorenresidenz gekommen, auf den Tischen vor ihnen reiht sich Smartphone an Tablet. Thema des Kurses sind heute sichere Passwörter, deshalb auch die Sache mit dem Costa-Rica-Urlaub. Die Teilnehmenden sollen sich, wenn sie ihre persönlichen Daten im Netz mit einem Passwort schützen müssen, einfach einen eingängigen Satz ausdenken und die Anfangsbuchstaben der Wörter darin aneinanderreihen. Heraus kommt dann zum Beispiel „MsUw1985iCR!“. Und das ist nur eine von vielen Methoden, die Kursleiter Schacherer vorstellt. „Je mehr Abwechslung im Passwort steckt, desto sicherer ist es“, ruft er. Und schickt eine Warnung gleich hinterher:

„Es wird Sie niemals jemand anrufen und Ihr Passwort erfragen. Auch nicht per E-Mail. Wenn das passiert, dann ist es immer ein Betrüger!“

Anne Borzi bereitet das keine Sorge. Im Umgang mit Passwörtern fühlt sie sich sicher. „Und wenn ich mal eins vergess’, dann bestell’ ich mir ein neues“, sagt sie und lacht. Gekommen ist sie heute ohnehin mit einem ganz anderen Problem: Sie will Fotos von ihrem Handy auf ihr Tablet überspielen und weiß nicht wie. „Früher haben mir bei solchen Fragen zwei Jungs aus der Nachbarschaft geholfen, aber die sind jetzt weggezogen.“ Auch Regina Hornberger, die im Mai 90 geworden ist, kämpft noch ein wenig mit ihrem ersten Tablet – einem Geburtstagsgeschenk der Kinder. Sie will lernen, wie sie ihrer Tochter per Messenger Fotos schicken und die Nachrichten mit passenden Emojis garnieren kann. „Das geht mit dem Gerät ja schneller, als wenn ich einen richtigen Brief schicken würde“, weiß sie. Gut, dass Thomas Schacherer und seine beiden Kollegen nach dem einleitenden Vortrag genügend Zeit mitgebracht haben, um von Tisch zu Tisch zu gehen und jede individuelle Frage zu beantworten. Alle drei sind selbst schon Ruheständler und engagieren sich bei Digital dabei, einem Gemeinschaftsprojekt der Fachstelle für digitale und soziale Teilhabe des Sozialamtes der Stadt Stuttgart und der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK). Darin geben umfassend geschulte Ehrenamtler ihr Anwenderwissen an Senioren weiter. „Die Förderung von Medien- und Digitalkompetenz wird oft nur als Thema für Kinder und Jugendliche betrachtet. Dabei betrifft es insbesondere auch Senioren“, sagt Sabrina Wangenheim, die Digital dabei bei der Stadt Stuttgart leitet. Je stärker die Digitalisierung ihres Lebensraums voranschreite, desto mehr Herausforderungen würden sich ihnen im Alltag stellen. „Schließt die nächstgelegene Bankfiliale, sind ältere Menschen plötzlich auf Onlinebanking angewiesen. Auch Eintrittskarten für Kulturveranstaltungen kann man seit der Coronazeit häufig nur noch im Netz kaufen“, sagt Wangenheim. Genau diesen Herausforderungen begegne das Angebot, indem es Seniorinnen und Senioren befähige, selbstständig mit digitalen Geräten und Anwendungen umzugehen.



So geht das: In den Workshops von Eltern-LAN tauchen Erwachsene in die digitale Welt von Kindern und Jugendlichen ein.

»Medienkompetenz betrifft vor allem auch Senioren.«

Sabrina Wangenheim

Der Entwicklungspsychologe Professor Herbert Scheithauer, der an der Freien Universität Berlin unter anderem zu Cybermobbing forscht, plädiert für eine systematische Förderung der Medienkompetenz auch bei Erwachsenen. Damit sie selbst digital fit werden und bleiben, aber auch, um junge Menschen unterstützen zu können. Eine der wichtigsten Zielgruppen seien daher Eltern. „Die kümmern sich nämlich oft nicht um die Mediennutzung ihrer Kinder, weil sie sich selbst bei dem Thema zu wenig zutrauen.“ Damit entzögen sie sich aber ihrer Verantwortung – und unterschätzten ihre Bedeutung als Rollenvorbilder: „Medien sind etwas, das Eltern und Kinder gemeinsam entdecken müssen, worüber sie auch in den Dialog miteinander gehen müssen.“

Genau das ist der Ansatz bei Eltern-LAN, einem Projekt der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb). LAN – das klingt nach LAN-Party, nach vernetzten Rechnern in Turn- und Messehallen und nach Jugendlichen, die früher zu Hunderten oder sogar Tausenden ganze Wochenenden durch gemeinsam Computerspiele zockten. Und tatsächlich gibt es das Projekt schon seit 2008, als

FOTO: SASCHA KREKLAU

diese Veranstaltungen ein Massenphänomen waren und Eltern deswegen Sorgenfalten auf der Stirn standen. Was treibt mein Kind da eigentlich genau, wenn es auf solchen Partys ist oder stundenlang in seinem Zimmer vor der Konsole hockt? Und was macht dieser exzessive Konsum von Computerspielen mit ihm? Die Eltern-LAN-Workshops, die Schulen bundesweit für ihre Elternschaft buchen können, bieten Antworten auf diese Fragen.

„Ob Computerspiele gewalttätig machen, war damals ein großes Thema. Nicht zuletzt wegen der vielen Schul-Amokläufe“, sagt der Sozial- und Medienpädagoge Tim Clemenz. Er selbst absolvierte gerade sein Praxissemester in Ludwigsburg, als am 11. März 2009 im nur wenige Kilometer entfernten Winnenden ein 17-Jähriger an einer Schule 15 Menschen erschoss. Schnell schien vielen die Ursache klar, denn der Täter hatte eine Vorliebe für „Counter-Strike“ und andere sogenannte Killerspiele. Tim Clemenz, passionierter Gamer seit Kindheitstagen, prägte das Ereignis – und er beschloss, sich in der Prä-ventions- und Aufklärungsarbeit zu engagieren. Im Netz stieß er auf das bpb-Projekt. Seit 2011 leitet er Eltern-LANs in ganz Süddeutschland.

Darin thematisiere er zwar immer auch die Gefahren, die es beim Spielen unbestreitbar gibt – etwa Gewaltdarstellungen, exzessiver Konsum, Cybermobbing, versteckte Kosten und mangelnder Datenschutz. Allerdings gehe es ihm zunächst darum, eine möglichst neutrale Sicht auf die Dinge zu vermitteln. „Wir wollen den Eltern Orientierung geben, sodass sie nachher in der Lage sind, einen informierten Dialog mit ihren Kindern über Computerspiele zu führen und gemeinsam zu entscheiden, wie sie damit in der Familie umgehen wollen.“

Eine Besonderheit der Veranstaltungsreihe ist dabei, dass die Teilnehmenden nicht nur Fragen stellen und zuhören, sondern auch selbst zocken sollen. Die notwendigen Gaming-PCs mit Titeln aus verschiedenen Genres, darunter Rennspiele und Ego-Shooter, stellt die bpb den ›

Will Eltern Orientierung in Sachen Gaming geben: Medienpädagoge Tim Clemenz.

FOTO: WOLFRAM SCHEIBLE

Schulen zur Verfügung. „Dann merken sie erst mal, wie herausfordernd das ist, sich per Tastatur und Maus in einem dreidimensionalen Raum zu bewegen, den sie auf dem Bildschirm aber nur zweidimensional sehen. Das ist Hochleistung fürs Hirn“, erklärt Medienpädagoge Clemenz begeistert. Tatsächlich belegen heute viele Studien die positiven Effekte des „Daddelns“ auf Kopf und Körper, während die Gewaltdebatte der Neunziger- und Nullerjahre eher in den Hintergrund getreten ist.

Letztlich seien Games ein Hobby wie viele andere auch, findet Tim Clemenz. „Ich kann selber spielen, kann zusammen mit anderen spielen, kann anderen beim Spielen zuschauen, ich kann Spiele-Zeitschriften lesen, es gibt Wettbewerb und Rivalität, es gibt Gemeinschaft – eigentlich sind das genau dieselben Phänomene, die man zum Beispiel auch beim Fußball hat.“

In der Seniorenresidenz Hohentwiel in Stuttgart stehen derweil andere Themen im Vordergrund. „Ich glaub’, für Computerspiele bin ich zu alt“, sagt Anne Borzi. Ihren PC zu Hause nutzt sie lieber, um E-Mails zu schreiben. Mit dem neuen Smartphone kommuniziert sie hingegen über Messenger-Dienste, verschickt Fotos und vertieft ihr Italienisch mit einer Übersetzungs-App. Nicht immer klappe in der digitalen Welt alles auf Anhieb. So wie eben beim Kopieren ihrer Fotos vom Handy aufs Tablet, als auf dem Bildschirm eine Fehlermeldung aufpoppte und nicht wieder verschwinden wollte. Doch im Alltag häufen sich die kleinen Erfolgserlebnisse. „Dann freu’ ich mich immer, dass ich was geschafft hab’, ohne jemanden fragen zu müssen“, sagt die bald 80-Jährige und strahlt. Um kompetent mit Medien umgehen zu können, ist man eben nie zu alt.

»Sich per Tastatur und Maus in einem dreidimensionalen Raum zu bewegen – das ist Hochleistung fürs Hirn.«

Tim Clemenz

Medienkompetenz für Jung und Alt

Unzählige Projekte setzen sich dafür ein, dass junge Menschen, aber auch Pädagogen, Eltern und Senioren, lernen, sicher und klug mit digitalen Medien zu agieren. Die Themenvielfalt reicht von Cybermobbing-Prävention bis hin zum Verstehen von Algorithmen. Eine Auswahl.

Kleine Helden, große Wirkung

Das Programm Digitale Helden bildet Schüler der Mittelstufe zu Mentoren aus, die anschließend ihr Wissen an jüngere Schüler weitergeben. So wird das Thema Medienkompetenz langfristig an Schulen verankert. Auf der Website der gemeinnützigen Organisation finden sich auch Unterrichtseinheiten für Lehrkräfte und Webinare für Eltern.
digitale-helden.de

Faktencheck für Schüler

Das Netz ist voll von Desinformation und Falschmeldungen. Doch wie erkennt man, welche Nachricht wahr ist und welche nicht? Dabei hilft das Bündnis Journalismus macht Schule: Journalisten verschiedener Medienhäuser gehen auf Anfrage in Schulklassen, erklären dort, wie man Fake News erkennt, und geben Einblicke in ihr Handwerk.
journalismus-macht-schule.org

Medienmeister oder Digitaldilettant?

Mit dem Digital-Check NRW können Nutzer jeden Alters herausfinden, wie fit sie schon im Umgang mit digitalen Medien sind. Der Onlinetest ist in sechs Kompetenzbereiche gegliedert. Sind alle Fragen eines Moduls beantwortet, spuckt der Rechner das Ergebnis aus – verbunden mit einer Auflistung passender Weiterbildungsangebote.
digitalcheck.nrw

Digitale Fairness fördern

Das Präventionsprogramm Medienhelden der Freien Universität Berlin sensibilisiert Schüler der Klassen 7 bis 10 für das Thema Cybermobbing. Zum Einsatz kommen dabei moderne pädagogische Ansätze wie Peer-to-Peer oder auch Peer-to-Parent. Bei Letzterem organisieren die Schüler einen Elternabend, denn effektive Cybermobbing-Vorbeugung kommt nicht ohne die Unterstützung der Eltern aus.
medienhelden.info

Hilfe bei digitalem Überfluss

Das Informationsportal webcare+ widmet sich insbesondere dem Problem der exzessiven Mediennutzung. Betroffene, aber auch deren Angehörige und pädagogisches Personal finden dort professionelle Unterstützung, zum Beispiel in Form von Webinaren. Im Servicebereich sind jede Menge Beratungsstellen und Selbsthilfegruppen gelistet.
webcare.plus

Datenschutz spielerisch lernen

Das Projekt KryptoKids entwickelt Abenteuerspiele zu digitalen Themen für Kinder ab acht Jahren. Darin geht es um Datenschutz und Privatsphäre, um Demokratiebildung und um Extremismus-Prävention. Gespielt wird über eine App. Für pädagogische Fachkräfte gibt es ausführliches Begleitmaterial.
krypto-kids.de

Neue Leselust

Die rund 100 media.labs der Stiftung Lesen in ganz Deutschland sollen Jugendlichen und jungen Erwachsenen (wieder) Lust auf Geschichten und aufs Lesen machen. Das klappt am besten mithilfe von digitalen Medien, weil diese ohnehin ihren Alltag prägen. Im media.lab Neu-Ulm etwa produzieren die Teilnehmer Hörspiele und kreieren Comics am PC.
leseclubs.de/medialabs

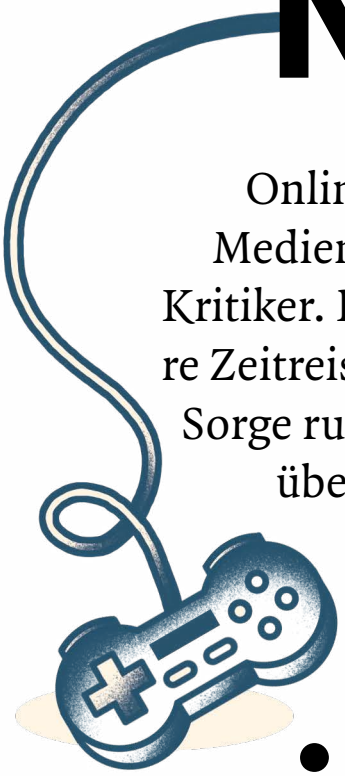
Ich kann Medien!

Im Projekt Ich kann was! der Telekom-Stiftung steht die aktive Medienarbeit im Vordergrund. Kinder und Jugendliche sollen einen kreativen und zugleich reflektierten Umgang mit Medien und der digitalen Welt erlernen. Mehr als 500 Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit bundesweit machen bereits bei Ich kann was! mit.
telekom-stiftung.de/ikw

Nicht weggucken!

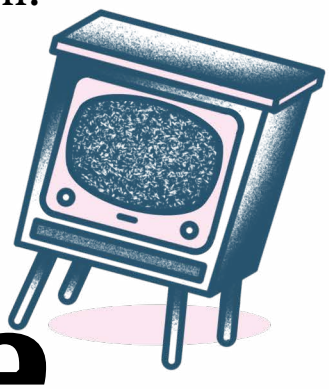
Der Onlineratgeber Schau hin! informiert Eltern über aktuelle Trends in der Medienwelt und liefert alltagstaugliche Tipps, wie sie den Medienkonsum ihrer Kinder kompetent begleiten können. Dazu gibt's jede Menge Hintergrundwissen zu Themen wie Smartphone und Tablet, Social Media, Games & Co.
schau-hin.info

NEUE MEDIEN



Onlinespiele machen aggressiv, soziale Medien abhängig: Jedes Medium hat seine Kritiker. Das war früher nicht anders, wie unsere Zeitreise durch die Geschichte zeigt. Manche Sorge rund um Buch, Kino & Co. dürfte dabei überraschend bekannt vorkommen.

alte Ängste



Text: DANIELA ALBAT
Illustrationen: CHRISTOPH KLEINSTÜCK

Im Rausch der Wörter

Was würden viele Eltern dafür geben, dass sich ihre Jüngsten mal in die Seiten eines Schmökers vertiefen! Früher allerdings war Lesen fast so verpönt wie heute stundenlanges „Daddeln“ am Computer. Als im ausgehenden 18. Jahrhundert immer mehr Menschen Gefallen an der „Romanleserey“ fanden, fürchteten manche die negativen Folgen dieses neuen Trends. Den Grundstein hatte Johannes Gutenberg 300 Jahre zuvor gelegt: Mit wiederverwendbaren Lettern erfand er den modernen Buchdruck. Fortan konnten Schriftstücke günstig und massenhaft produziert werden. Immer mehr Menschen lernten lesen und schreiben. Wurde anfangs vor allem religiöse Literatur konsumiert, änderte sich das im Lauf der Zeit: Die Belletristik eroberte den Markt, gelesen wurde auch zum persönlichen Vergnügen. Kritikern schwante Böses. Übermäßiges Lesen, so schrieb zum Beispiel der Pädagoge Joachim Heinrich Campe, rufe Gleichgültigkeit gegenüber allem anderen hervor. Frauen etwa vernachlässigten als Folge den Haushalt. Andere warnten vor dem Bewegungsmangel beim Lesen, der zu Schlaffheit, Verschleimungen und Verstopfung führe. Wieder andere fürchteten „ewige Zerstreuung“. Die vermeintlichen Symptome der Lesesucht waren vielfältig. Als anfällig galten dabei vor allem das weibliche Geschlecht – und die Jugend.

Fakt oder Fake?

Lügenpresse! Rechtspopulisten stellen mit diesem Begriff gerne die Glaubwürdigkeit journalistischer Berichterstattung infrage. Neu ist das nicht: Schon vor mehr als 400 Jahren warfen Leser Zeitungen vor, zu lügen. Doch während die Behauptung heute äußerst strittig ist, hatte sie damals durchaus ihre Berechtigung. Die ersten Zeitungen waren tatsächlich voll von Halb- und Unwahrheiten. Verleger druckten damals quasi alles, was ihnen geliefert wurde. Die Möglichkeit, Nachrichten zu überprüfen, gab es nur selten. Dies gaben die frühen Zeitungsmacher offen zu. So schrieb der deutsche Verleger Johann Carolus, der ab 1605 die weltweit erste regelmäßig erscheinende gedruckte Zeitung herausgab: Der Leser möge „Errata und Ungleichheiten“ verzeihen. Und er bat ihn, doch einfach selbst zu korrigieren, sollte er Falschmeldungen entdecken. Mancherorts wurde das neue Medium deshalb als „Fama“ bezeichnet – das bedeutet so viel wie Gerücht. Gelesen wurde es dennoch von vielen. Und so dauerte es nicht lange, bis Skeptiker auf ein anderes Problem hinwiesen: die Zeitungssucht. Als eine der ersten Kritiken dieser Art gilt eine Schrift von 1676. Darin wettert der Autor gegen „arbeitsstörendes, mit unersättlicher Begierde getriebenes Zeitungslesen“. Wem kommt das bekannt vor?

Das große Flimmern

Arbeiter, die eine Lagerhalle verlassen, ein boxendes Känguru oder eine Prügelei im Park: Mehr brauchte es Ende des 19., Anfang des 20. Jahrhunderts nicht, um Kinopublikum zu verzücken. Denn es sah zum ersten Mal bewegte Bilder auf der Leinwand. Als Geburtsjahr des Kinos gilt das Jahr 1895. Am 1. November hatten Max und Emil Skladanowsky erstmals öffentlich „lebende Fotografie“ vorgeführt. Wenige Wochen später taten es ihnen die Brüder Lumières mit ihrem Kinematographen gleich. Fortan begeisterte das Lichtspiel die Massen. Doch auch Kritik wurde laut: Kreative sahen das Kino als „Kulturgefahr“, das Buch und Theater dem Untergang weihe. Intellektuelle, Pädagogen, Mediziner und Geistliche befürchteten noch weiterreichende Folgen: Die hektischen Bilder stifteten zu Gewalt und Unzucht an, überreizten die Nerven und stumpften emotional ab. Einige verglichen das Kino gar mit einem süchtig machenden Rauschmittel – so tückisch wie Alkohol! Zu ihnen gehörte der Publizist Victor Noack. „Nachdem erst der obligate Schlager seines Stammkinos ihn in das gewöhnte Stadium der Gehirntaubheit versenkt hat“, schrieb er, unterscheide sich der Kinogänger „nicht sonderlich von dem Destillenbruder, dessen Gehirn die gewöhnte Ätherdusche empfangen hat.“

Sprechapparat für Narren

Das erste deutsche Telefonbuch enthielt rund 180 Einträge und erschien 1881 – fünf Jahre nachdem Alexander Graham Bell seinen Fernsprecher erfunden hatte. Im Volksmund bürgerte sich rasch der Beiname „Buch der Narren“ ein. Denn ein Großteil der Bevölkerung stand dem neuen Medium skeptisch gegenüber. Kein Wunder: Einen Telefonanschluss konnten sich zunächst nur Unternehmen und gut betuchte Personen leisten. Viele bezweifelten, dass sich der Fernsprecher durchsetzen würde. Doch nicht nur das: Kritische Stimmen befürchteten, dass sich damit Unlauteres anstellen ließe. Was, wenn ungebetene Zuhörer mitlauschten? Diese Angst zeigt sich etwa in einem Editorial der „New York Times“ von 1877: „Wenn ein Schurke sein Telefon an das Leitungsnetz anschließt, bedeutet das das unmittelbare Ende jeder Privatsphäre“, heißt es da. Der Siegeszug des Sprechapparats war aber nicht aufzuhalten. Das Telefon in seiner jetzigen Form ist zu unserem verlängerten Arm geworden, mit dem wir Fotos aufnehmen, im Internet surfen – und dabei jede Menge persönlicher Daten preisgeben. Zum Telefonieren kommt das Smartphone allerdings immer seltener zum Einsatz. Und so ist es kaum überraschend, dass sich bei der jungen Generation eine andere Angst im Zusammenhang mit diesem Medium verbreitet: die vorm Telefonieren.

On Air

„Man hatte plötzlich die Möglichkeit, allen alles zu sagen, aber man hatte, wenn man es sich überlegte, nichts zu sagen.“ Ein polemischer Spruch über Social Media? Nein! Dieses Zitat stammt von Bertolt Brecht, der sich damit über das Hörfunkprogramm der frühen Stunde amüsierte. Doch auch wenn es aus Sicht mancher anfangs an inhaltlicher Tiefe mangelte und Kritiker behaupteten, das neue Medium fördere geistige Faulheit: Technisch war das Radio eine Sensation. Erstmals war es möglich, simultan gesprochenes Wort, Musik und vieles mehr akustisch zu übertragen. Die Politiker der Weimarer Republik sahen genau das jedoch skeptisch. Was würden die Bürger mit diesen neuen Möglichkeiten anfangen? Sie kontrollierten daher streng, wer ein privates Radiogerät erhielt. Und sorgten dafür, dass diese Geräte nur empfangen, nicht aber selbst senden konnten. Heute ist das Radio über 100 Jahre alt. Die Technik und der Umgang damit haben sich mit dem Zeitgeist weiterentwickelt. Anfang August ist mit bigGPT der erste Radiosender Deutschlands gestartet, dessen Programm komplett von einer künstlichen Intelligenz erzeugt wird – von der Musikauswahl bis zur Moderatorin. Was Brecht wohl dazu zu sagen hätte?

Was guckst du?

In den 1950er-Jahren öffnete sich in den Wohnzimmern der Bundesrepublik Deutschland ein neues Fenster zur Welt: das Fernsehprogramm. Den Start machte am 25. Dezember 1952 der Nordwestdeutsche Rundfunk (NWDR), das DDR-Fernsehen ging sogar vier Tage früher auf Sendung. Die Sendezeit beschränkte sich zunächst auf wenige Stunden am Tag. Pädagogisch wertvoll? Sittlich einwandfrei? Über das Gezeigte wurde früh diskutiert. Auch die akzeptable Verweildauer vor der Flimmerkiste war Gegenstand von Debatten: Wer zu lange fernsah, so hieß es, bewege sich womöglich zu wenig und vernachlässige zwischenmenschliche Kontakte. Ebenso drohe eine Überanstrengung der Sinne. Eine günstige Gelegenheit für Firmen, die ihre Produkte als Gegenmittel zu inszenieren wussten: „Auge und Ohr werden von diesem technischen Wunder oft über Gebühr in Anspruch genommen. Zum Ausgleich sollte man ein belebendes Getränk zur Hand haben“, lautete etwa die Werbung eines Weinbrandherstellers aus dem Jahr 1957. Um übermäßigen Konsum gar nicht erst möglich zu machen, hatte der NWDR-Fernsehintendant Werner Pleister noch 1951 befunden: Es dürfe auf keinen Fall zu „amerikanischen Verhältnissen“ kommen. Gemeint war ein ganztägiges Fernsehprogramm.

Beeinflusst

Sänger, Schauspieler oder Sportler waren gestern: Heute sind Influencer die Stars der jungen Generation. Über eine komplexe Beziehung zwischen Vertrauen und Manipulation.

Text: DANIELA ALBAT

Wenn Dagi Bee ihre Pflegeroutine vollführt, sich fürs Oktoberfest fertig macht oder ihren Geburtstag feiert, schauen ihr bis zu 6,7 Millionen Follower auf Instagram dabei zu. Ihre Videos auf YouTube sehen regelmäßig fast vier Millionen Abonnenten – darunter viele Kinder und Jugendliche. Die 30-Jährige ist eine der beliebtesten Influencerinnen bei Mädchen, wie eine Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) zeigt. Bei den Jungen steht unter anderem Gronkh hoch im Kurs: Der YouTuber ist für seine Let's-Play-Videos bekannt, die ihn beim Zocken und Kommentieren von Computerspielen zeigen.

Ob Beautyqueen oder Gamingprofi: Die Idole aus der Social-Media-Welt sind in den Kinderzimmern allgegenwärtig. Schon mit zehn Jahren haben sieben von zehn Kindern einen Lieblingsinfluencer. „Sie sind Vorbilder für viele Kinder, die die Influencer im Extremfall sogar zu ihrem Freundeskreis zählen. Dadurch nehmen sie eine besondere Rolle ein, mit der sie verantwortungsvoll umgehen sollten", sagt die Kommunikationswissenschaftlerin Nadja Enke. Tatsächlich hätten Influencer durchaus positiven Einfluss auf ihre Follower. Sie ermöglichten ein Zugehörigkeitsgefühl, sprächen über wichtige Themen wie Vielfalt und Nachhaltigkeit. Oder sie zeigten politisches Engagement – wie YouTuber Rezo, dessen Video „Die Zerstörung der CDU" vor der Europawahl 2019 viral ging.

Doch die Influencer verbreiten auch gezielte Werbebotschaften. Im Auftrag von Unternehmen posieren sie in Markenkleidung, benutzen teure Gesichtscremes oder rühren Kuchen oder Proteinpulver an. Etliche vermarkten auch eigene Produkte. Besonders beliebt: Energydrinks und Limonaden. Die süßen Getränke sprechen Kinder natürlich an – ein Dorn im Auge von Verbraucherschutzorganisationen wie Foodwatch. So versteckten sich den Experten zufolge in dem Eistee des YouTubers Julien Bam pro Dose etwa acht Würfel Zucker. Und der Energydrink des Streamers MontanaBlack enthalte circa 160 Milligramm Koffein, das Äquivalent von drei Tassen Kaffee!

Jungen Menschen fällt es schwer, die subtile Werbung von Influencern zu erkennen und zu hinterfragen.

FOTO: PLAINPICTURE/JENS NIETH

An der Werbung für derlei Produkte kämen junge Menschen im Netz kaum vorbei, sagt Nadja Enke. Sie und ihre Kollegen von der Universität Leipzig haben im Auftrag der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) Influencer-Marketing auf Instagram, YouTube, TikTok und der Live-Streaming-Plattform Twitch analysiert – und insgesamt 43 unterschiedliche Werbeformen identifiziert. Die zu erkennen und die Absichten der Stars auch kritisch zu hinterfragen, fordere die Medienkompetenz junger Menschen heraus. „Vor allem wenn sich die Werbung subtil in scheinbaren Alltagsszenen verbirgt“, sagt Enke. Werbung müsse zwar gekennzeichnet werden. Hashtags wie #anzeige würden aber oft versteckt – oder fehlten ganz. Ein weiteres Problem: „Vor allem in der Twitch-Szene findet man vielfach Werbung, die mit dem Community-Ansatz spielt: Ich muss zum Beispiel zeigen, dass ich ein T-Shirt des Influencers gekauft habe, um Zugang zu einem exklusiven Chat zu erhalten“, erklärt Enke. Die Angst, ausgeschlossen zu werden, tauge als starker Kaufanreiz.

Rechtlich bewegen sich die Influencer in einer Grauzone. Werbung, die auch Kinder anspricht, unterliegt besonderen Anforderungen. Doch online gestaltet sich die Regulierung schwierig. Hinzu kommt: Offiziell erreichen Influencer einen Teil dieser schutzbedürftigen Gruppe gar nicht. Die Nutzung der Netzwerke ist je nach Plattform nämlich erst ab 13 oder 16 Jahren erlaubt. In der Praxis aber gibt es keine adäquate Überprüfung. „Die Kontrolle liegt also im privaten Umfeld, meist bei den Eltern“, so Enke. Denen rät sie, sich aktiv mit der Medienrealität der Kinder auseinanderzusetzen. „Sprechen Sie darüber, welche Formate es gibt, und sensibilisieren Sie für kritische Situationen.“ Neben Werbung sollten Eltern auch andere Themen ansprechen, die den Kindern begegnen: antiquierte Rollenbilder, Schönheitsideale oder politische Propaganda etwa. Welche Rolle spielt neben dem Elternhaus die Schule? Bisher hängt das laut Nadja Enke stark von der Eigeninitiative einzelner Lehrkräfte ab. In den Lehrplänen und in der Lehrkräfteausbildung werde das Thema vernachlässigt. „Dabei hätte Medienkompetenz ein eigenes Fach verdient“, meint die Kommunikationsexpertin. „Den Umgang mit Informationen und Quellen

»Kinder brauchen ein gesundes Misstrauen gegenüber Versprechen.«

Lovis Messerschmidt, Influencerin

FOTO: ROBERT HAAS

Beliebter Lernort: Im Café Netzwerk in München (hier: Leiter Sait Köse) finden regelmäßig Socia-Media-Workshops statt.

zu lernen und zu verstehen, welche Akteure da mit welchen Intentionen mitmischen, ist wichtiger denn je."

Themen wie diese stehen beim Café Netzwerk in München auf der Tagesordnung. Die Kinder- und Jugendeinrichtung bietet regelmäßig Social-Media-Workshops an. Leiter Sait Köse weiß, wo der Schuh drückt: „Im Umgang mit der Technik sind die jungen Leute oftmals viel kompetenter als Erwachsene. Wenn es aber um Privatsphäre oder Datenschutz geht, um Cybermobbing oder Abofallen, dann haben sie Nachholbedarf." Sein Geheimnis, um die Zielgruppe wirklich zu erreichen: Social Media nicht nur problematisieren. „Unser Erfolg basiert darauf, dass wir mit den Kindern und Jugendlichen in den Dialog gehen und echtes Interesse zeigen: daran, was sie in Minecraft gebaut haben oder welchen Influencern sie folgen", sagt er. „Wenn die Kinder sich ernst genommen fühlen, dann öffnen sie sich – und schenken dann nicht nur ihren Lieblingsinfluencern, sondern auch uns Vertrauen."

Im Gespräch mit ihren Kindern zu bleiben, ist auch Lovis Messerschmidts Strategie. Die Mutter hat dabei einen Vorteil: Sie kennt die Szene berufsbedingt gut, arbeitet sie doch selbst als Influencerin. Auf ihrem Instagram-Kanal, den sie einst aus Langeweile in der Elternzeit startete, zeigt sie die schönen Dinge des Alltags: Rezepte, Gartenimpressionen, Mode. Von ihren Werbekooperationen mit hochwertigen Marken kann sie seit zwei Jahren leben. Die Produkte wählt sie nach strengen Kriterien aus. Werbung für ungesunde Frühstücksflocken oder Alkohol? Kommt ihr nicht aufs Profil. Kollegen, die „ihre Seele verkaufen", kritisiert sie hart: „Ich glaube, dass für viele ausschließlich das Geld zählt.

Beliebt und gefragt

7

von zehn Kindern haben schon mit zehn Jahren einen Lieblingsinfluencer.

40

Prozent der Abiturienten in Deutschland können sich eine Karriere als Influencer vorstellen.

53

Prozent der 16- bis 18-Jährigen haben in den vergangenen sechs Monaten aufgrund von Influencer-Werbung ein bestimmtes Produkt gekauft.

66

Prozent der Unternehmen in Deutschland planen und entwickeln ihre Kampagnen gemeinsam mit Influencern.

Viele trennen sich ab von der Verantwortung gegenüber ihren Followern und haben kein Problem damit, sogar zu lügen, solange die Kohle stimmt."

Belege für diese These gibt es: 2021 erfand der YouTuber Marvin eine Fake-Creme, die unter anderem Uran und Asbest enthalten sollte – und fand dennoch Influencer, die bereit waren, das Produkt zu bewerben. Einen ähnlichen Coup wiederholte er mit einem angeblichen Art-House-Film namens „A Hole". Influencer ließen sich darauf ein, den Film gegen Bezahlung zu bewerben und so zu tun, als hätten sie ihn bereits gesehen. Ist das nur Geldgier? Oder auch fehlende Professionalität? Der Bundesverband Influencer-Marketing hat inzwischen einen Ethikkodex herausgegeben, um sich des Problems anzunehmen: Er soll eine Art Wertekompass bieten und Richtlinien für verantwortungsvolles Influencer-Marketing etablieren.

Neben den Influencern müssten auch die Plattformen in die Pflicht genommen werden, meint Messerschmidt: „Ich bin für eine konsequente Altersbeschränkung ab 16, die auch wirklich überprüft wird, wie beim Postident-Verfahren. Aber keiner hat Interesse daran." Solange das so sei, helfe nur: Kindern gutes Werkzeug mit an die Hand geben. „Vor allem auch ein ethisches Grundgerüst und ein gesundes Misstrauen gegenüber Versprechen", sagt die Influencerin. „Und dann kann man irgendwann eigentlich nur darauf vertrauen, dass es gutgeht." Die Hoffnung ist nicht unbegründet, das bestätigen auch Nadja Enkes Forschungsergebnisse: „Viele Kinder entwickeln einen kompetenten und reflektierten Umgang mit Influencer-Inhalten: durch zunehmende Nutzungserfahrung und die richtige Lernbegleitung."

FOTO: ELMAR WITT/NORA SYSTEMS

Erstklassig

Düsseldorf und Lauenburg sind Bibliotheken des Jahres 2023.

Die Auszeichnung „Bibliothek des Jahres“ geht 2023 an die Düsseldorfer Zentralbibliothek im KAP1. Vor zwei Jahren mit neuem Konzept wiedereröffnet, stellt die Einrichtung auf 8.000 Quadratmetern Publikumsfläche nicht nur Bücher und digitale Medien in den Mittelpunkt, sondern vor allem ihre Besucher. Dafür sorgen unter anderem Coworking-Lernboxen, ein Zukunftslabor zum Abtauchen in neue Technologien und ein Podcast-Studio. „Die Bibliothek ist mit ihren Angeboten ein erstklassig ausgestatteter und offener Ort des Wissens, der Teilhabe und der Kommunikation“, sagte bei der Preisverleihung Dr. Thomas de Maizière, Vorsitzender der Telekom-Stiftung. Die Stiftung vergibt die Auszeichnung seit 2017 mit dem Deutschen Bibliotheksverband (dbv).

Über den Preis „Bibliothek des Jahres in kleinen Kommunen und Regionen“ darf sich die Stadt- und Schulbücherei Lauenburg freuen. Sie erhält die Ehrung nicht zuletzt für die konsequente Einführung technikbezogener und digitaler Angebote, etwa aus den Bereichen Gaming, Robotik und Virtual Reality. Die Telekom-Stiftung betrachtet Bibliotheken als wichtige außerschulische Lernorte, die junge Menschen in ihrer Medien- und Informationskompetenz fördern. Sie unterstützt deshalb die Vernetzung von Bibliotheken mit Schulen und anderen Partnern. Wie die Bibliotheken selbst ihre Rolle im Bildungsökosystem interpretieren, zeigen die Ergebnisse einer Befragung, die die Stiftung kürzlich veröffentlicht hat.

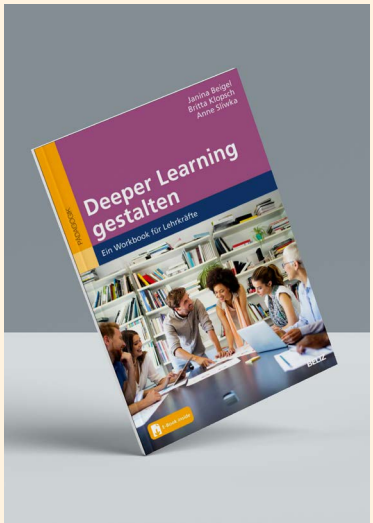
telekom-stiftung.de/bibliothek

Zukunftsgewandter Unterrichtsansatz

Neues Handbuch zu Deeper Learning.

Mit dem Deeper-Learning-Konzept erwerben Schülerinnen und Schüler nicht nur fachliches Wissen, sie werden auch kreativer, üben sich in Teamarbeit und lernen, Arbeitsergebnisse gut zu kommunizieren. Der interdisziplinäre pädagogische Ansatz stammt ursprünglich aus den USA, die Telekom-Stiftung will ihn nun auch in Deutschland bekannter machen. Unter anderem mit einem Handbuch, das Lehrkräften hilft, Deeper Learning in ihrem Unterricht einzusetzen. Das Buch ist als Open-Access-Publikation erschienen und in der digitalen Variante kostenlos erhältlich.

telekom-stiftung.de/deeperlearning



2/3

der Schulleiterinnen und Schulleiter in Deutschland sehen in multiprofessioneller Zusammenarbeit ein „Gaspedal“ für die Schulentwicklung.

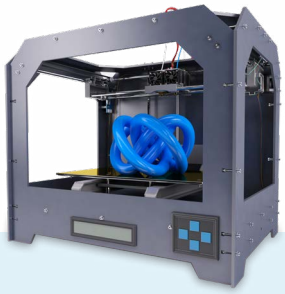
Nur 35 Prozent der Schulen haben jedoch im Arbeitsalltag feste Kooperationszeiten für ihr Personal verankert. Zu diesen Ergebnissen kommt eine repräsentative Befragung, die das Meinungsforschungsunternehmen forsa für die Telekom-Stiftung durchgeführt hat. Darin geht es um Berufsbilder in der Schule und die Frage, wie berufsübergreifende Teams das Lehren und Lernen, aber auch die Organisation von Schule voranbringen können.

telekom-stiftung.de/multiprofessionalitaet

↓

Ich kann was!-Jury hat entschieden: 69 weitere Einrichtungen erhalten Förderung

telekom-stiftung.de/ikw



Immer auf Achse

Stiftung unterstützt Rostocker Makerspace.

Im Makerspace Rostock haben Kinder und Jugendliche seit diesem Jahr die Möglichkeit, ihre kreativen Ideen mithilfe von digitalen Technologien zu verwirklichen. Dafür stehen ihnen 3-D-Drucker, Lasercutter, CNC-Fräsen, digitale Näh- und Stickmaschinen zur Verfügung. Das Besondere daran: Statt fest an einem Ort verankert zu sein, zieht der Makerspace von Quartier zu Quartier und kommt dort in leer stehenden Ladenlokalen unter. So werden junge Menschen aus diversen Sozialräumen erreicht.

Die Telekom-Stiftung unterstützt den Makerspace im Rahmen ihres Programms Chancen bilden. Darin fördert sie auf lokaler beziehungsweise regionaler Ebene die Vernetzung von Lernorten. Sechs dieser Bildungsnetzwerke gibt es bereits, außer in Rostock auch in Berlin, Bonn, Oldenburg/Friesland, Schorndorf und – ganz neu – in Dortmund. In Rostock kooperieren die Stadtbibliothek, drei Jugendhäuser, zwei Schulen und diverse andere Partner miteinander.

telekom-stiftung.de/chancenbilden

FOTO: KJPARGETER/SHUTTERSTOCK.COM

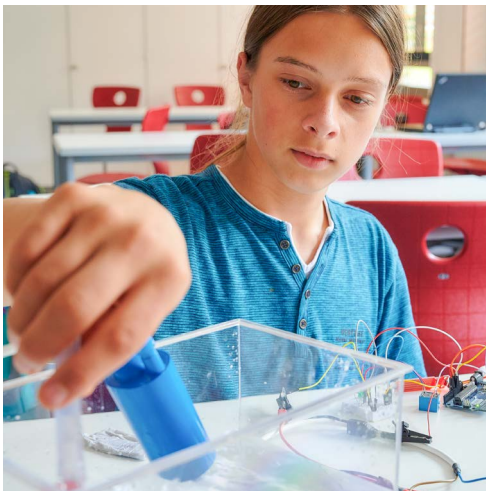


FOTO: DIETHUNDSCHRÖDER-FOTOGRAFIE

Technikunterricht jetzt!

Noch bis zum 12. Januar läuft die aktuelle Ausschreibungsrunde für die Junior-Ingenieur-Akademie der Telekom-Stiftung. Bewerben können sich Schulen mit gymnasialer Mittelstufe, die gemeinsam mit außerschulischen Partnern ein Technik-Wahlpflichtfach als festen Bestandteil ihres Lehrangebotes etablieren wollen. 105 Schulen bundesweit und vier deutsche Auslandsschulen machen schon mit.

telekom-stiftung.de/jia

B LD NGSL CK

Was ist Phubbing?

Es ist immer dabei: am Frühstückstisch, im Büro, beim Treffen mit Freunden und sogar im Bett. Die Rede ist vom Smartphone. Das Gerät, das uns mit der Welt vernetzt, ist für viele ein ständiger Begleiter. Manchmal scheint es dabei wichtiger zu sein als das menschliche Gegenüber. Für dieses Phänomen hat sich ein eigener Name etabliert: Phubbing. Es ist ein Kofferwort aus den englischen Begriffen „Phone“ und „Snubbing“ – das bedeutet jemanden vor den Kopf stoßen. Genau das tut nämlich, wer ständig auf sein Handy schaut, anstatt der Person Aufmerksamkeit zu schenken, mit der man gerade Zeit verbringt. Phubbing ist nicht nur unhöflich. Es kann in Beziehungen auch Konflikte auslösen. Umfragen zeigen: Gerade der Gruppe der 18- bis 33-Jährigen fällt es schwer, das Smartphone aus der Hand zu legen. Mitunter steckt eine Sucht dahinter oder die Angst, etwas zu verpassen, im Social-Media-Jargon FOMO (Fear of missing out) genannt. Oft aber ist es einfach Gewohnheit. Was tun? Beim nächsten Treffen das Telefon bewusst abschalten oder zu Hause lassen. Statt FOMO überwiegt dann vielleicht bald JOMO (Joy of missing out): die Freude, digitale Updates zu verpassen – und dafür umso mehr im Hier und Jetzt mitzubekommen.

Sie haben noch nicht genug von uns?
Dann folgen Sie uns auf:

Deutsche Telekom
Stiftung