

# „Mannemer sein“

Ein dokumentarisches Film- und Medienprojekt

**MANNEMER**  
Handreichung *sein*



## Inhaltsverzeichnis

- 3 Vorwort / Grußwort
- 4 „Mannemer sein“: Medienprojekte 2011 - 2013
- 6 Teilnehmerstimmen
- 7 „Mannemer sein“ – Der Film
- 8 „Mannemer sein“ – Die Protagonisten
- 9 Arbeit mit dem Film: Einführung

### Arbeitsblätter

- 10 Arbeitsblatt: Integration
- 11 Arbeitsblatt: Heimat
- 12 Arbeitsblatt: Bunte Vielfalt
- 13 Arbeitsblatt: Engagement

### Methoden mit Praxisbeispielen

- 14 Alle mal herschauen: Fotoaktion mit Thema
- 16 Comics erstellen mit Comic Life
- 18 Das eigene Radioprogramm im World Wide Web
- 20 Nicht nur Talking Heads: Produktion einer Videodoku
- 22 Tablet-Tricks: Filmtrailer mit iMovie
- 23 Musikvideos mit VidRhythm
- 24 Wordpress – einfach und schnell eine Website bauen
- 26 Actionbound – Die Smartphone&Tablet-Schnitzeljagd
- 28 Die Kampagne: Das eigene Anliegen auf vielen Kanälen

- 30 Software-Tipps, Adressen, weiterführende Links
- 31 Förderung, Danksagung, Team, Impressum

**Vielfalt** fordert. Überall, wo unterschiedliche Lebensweisen, Einstellungen, Traditionen oder Erfahrungen aufeinander treffen, bedarf es der Bereitschaft und des Engagements zur Verständigung, so ein gesellschaftliches Miteinander und respektvolles Zusammenleben gelingen sollen.

Im Rahmen des vom Bund geförderten „Mannheimer Aktionsplans für Toleranz und Demokratie“ beeindrucken insbesondere die Beiträge von Jugendlichen, die sich auf ganz vielfältige Weise im Projekt „Mannemer sein“ von medien+bildung.com mit den Themen Toleranz, Identität und Zugehörigkeit auseinandersetzen. Seit 2011 bietet dieses medienpädagogische Projekt interessierten Jugendlichen die Möglichkeit, der Identifizierung mit „ihrer“ Stadt Mannheim und dem Wunsch nach einem von gegenseitiger Akzeptanz geprägten Zusammenleben aktiv und kreativ Ausdruck zu verleihen. Das „Mannemer sein“-Team um den Regisseur und Medienpädagogen Mario di Carlo nutzt hierfür jede Medienform - von Foto über Radio und Video bis zu digitalen Onlinemedien - und stiftet Jugendliche in vielfältigen außerschulischen und schulischen Lernsituationen zu medialen Eigenproduktionen an.



Δ Das Team von „Mannemer sein“ bei medien+bildung.com

## Vorwort / Grußwort



Δ Claus Preißler, Beauftragter für Integration und Migration der Stadt Mannheim

**„... Mit der vorliegenden Broschüre will das Projektteam allen Interessierten innerhalb und außerhalb unserer Stadt Tipps und Anregungen für die Arbeit für Vielfalt und Toleranz an die Hand geben.“**

Aus jedem Comic, jedem Tabletfilm der Jugendlichen spricht das Engagement für Demokratie und Toleranz, aber auch gegen Diskriminierung und Fremdenfeindlichkeit. Und unverkennbar demonstrieren die hierbei entstandenen Medienprodukte von „Mannemer sein“, mit wie viel Begeisterung und Spaß die Teilnehmenden bei der Sache waren – ohne dabei die den Themen innewohnende Ernsthaftigkeit zu vernachlässigen. Mit der vorliegenden Broschüre will das Projektteam allen Interessierten innerhalb und außerhalb unserer Stadt Tipps und Anregungen für die Arbeit für Vielfalt und Toleranz an die Hand geben. Ich wünsche dieser lesenswerten Publikation für die praktische Arbeit eine große Leserschaft und den in „Mannemer sein“ erprobten Methoden eine weite Verbreitung. Dank und Anerkennung an medien+bildung.com und das Projektteam für die wertvolle und vorbildliche Unterstützung des Mannheimer Aktionsplans!

2011 haben wir mit dem Dokumentarfilm „Mannemer sein“ den Grundstein gelegt für ein Medienprojekt rund um die Themen Identität, Heimat, Engagement und Toleranz, an dem sich seitdem viele hundert Mannheimerinnen und Mannheimer aktiv beteiligt haben: Durch ein Foto, einen „Lückentext“, einen Kommentar auf dem Mannemer-sein-Blog, durch einen unter unserer Anleitung erstellten Comic, einen Audioclip, ein Video oder gar ein handybasiertes Stadtspiel. Alle Medienprodukte, die vor allem Jugendliche bei schulischen oder außerschulischen Workshops zum Thema „Mannemer sein“ produziert haben, sind noch über unsere Website [www.mannemersein.de](http://www.mannemersein.de) im Netz und können angeschaut und angehört resp. (im Falle der Stadtspiele) ausprobiert werden. Mit dieser Broschüre liefern wir die Anleitung zum Selbermachen: Unsere medienpädagogischen Methoden sind in der Regel niedrigschwellig. Fast ohne Ausnahme waren unsere Workshopgruppen hoch motiviert und mit viel Spaß, mit Herz und Verstand bei der Sache. Die Ergebnisse können sich sehen lassen. Wir schlagen Ihnen vor: Probieren Sie es selbst! Ob in Mannheim oder anderswo – wir freuen uns über Nachahmung! Und: Lassen Sie es uns wissen!

## „Mannemer sein“: Medienprojekte 2011 - 2013



### „Mannemer sein“: Drei Medienprojekte 2011, 2012, 2013

Mannheim ist der Mittelpunkt der Metropolregion Rhein-Neckar, eine lebendige Großstadt am Schnittpunkt europäischer Verkehrswege und ein Zentrum des Handels und der Industrie mit eigener Migrationsgeschichte: Vor etwas mehr als 400 Jahren entstand als Ergebnis gezielter Einwanderungswerbung eine „multikulturelle“ Stadt. Tradition verpflichtet, und so speist sich das Engagement für Toleranz und Vielfalt in Mannheim aus der Erfahrung, dass eine immer wieder neu zusammengemischte Stadtbevölkerung frei und friedlich zusammenleben kann, wenn die Menschen sich gegenseitig akzeptieren, aufeinander zugehen und für das gemeinsame Wohl an einem Strang ziehen können.

Mannemer/innen (oder Monnemer/innen – in den nördlichen resp. südlichen Stadtteilen unterscheiden sich Sprech- und Schreibweise) lassen sich an Lokalpatriotismus kaum übertreffen. Sie wissen, dass sich die Schönheiten der Stadt nur dem erschließen, der länger hier lebt. Sie stellen fest, dass Stuttgarter, Frankfurter, ja sogar Karlsruher auf sie herabblicken und nehmen das mit umso größerem Selbstbewusstsein hin. Fragt man sie nach den Vorzügen ihrer Stadt und von deren Bewohner/innen, dann sind sie nie um eine Antwort verlegen.

Diese Erfahrung war der Ausgangspunkt für das Medienprojekt „Mannemer sein“, das mit der großzügigen Unterstützung aus dem „Mannheimer Aktionsplan für Toleranz und Demokratie“ und durch die Förderung im Rahmen des Bundesprogramms „TOLERANZ FÖRDERN – KOMPETENZ STÄRKEN“ in bisher 3 Teilprojekten viele hundert meist junge „Mannemer/innen“ aktiv einbezog. Der Mannheimer Dokumentarfilmer und Medienpädagoge Mario Di Carlo drehte 2011 den Film „Mannemer sein“, der in den Folgejahren als Ausgangsbasis für eine Vielzahl kreativer Medienaktionen mit Schulklassen, Jugendgruppen, Fanclubs, Stadtteilvereinen, Migrantenorganisationen diente.

Das Bildungsunternehmen medien+bildung.com, in der rheinland-pfälzischen Schwesterstadt Ludwigshafen zu Hause, war die „Produktionsfirma“ resp. der Träger für die Projektreihe, die 2014 mit „Mannemer Freundschaften“ in die vierte Runde geht.

### Mannemer sein – Der Film (2011)

2011 entstand der 55-minütige Dokumentarfilm „Mannemer sein“ (vgl. S. 7 ff.), in dem 8 junge Protagonist/innen mit unterschiedlicher Herkunft, unterschiedlichen Ansichten und Lebensplänen ihre Heimatstadt Mannheim porträtieren. Mit dem Film wurden die Themen der Projektreihe „Mannemer sein“ gesetzt. Seit der öffentlichen Premiere Anfang 2012 beschäftigen sich schulische und außerschulische Gruppen auf der Grundlage des Films kreativ und medial mit den Themen Identität, Integration, Engagement und Heimat. Der Dokumentarfilm hat etliche Kinovorführungen erlebt und ist bis heute als DVD gefragt. Mit der Filmvorführung begann eine Reihe von Workshops und öffentlichen Aktionen, deren Ergebnisse auf der Projektwebsite [www.mannemersein.de](http://www.mannemersein.de) veröffentlicht werden.

Mit dem Fanprojekt Mannheim-Ludwigshafen entstand die „Waldhof-Tour“, eine unterhaltsame und lehrreiche Stadtführung auf den Spuren legendärer Fußball-Größen als Smartphone-App. Die Schüler/innen der Integrierten Gesamtschule Mannheim Herzogenried arbeiteten an einem Projekt „Mannheimer Radtouren“ und produzierten eine weitere „App“, mit der sie ihre Schule vorstellten. Schüler/innen des Elisabeth-Gymnasiums schufen ein „Mannemer sein“-Event aus Anlass der langen Nacht der Literatur in ihrer Schule. Die Kooperation mit der Bürgerinteressengemeinschaft auf dem Lindenhof (BIG) führte ältere und junge Stadtbewohner zusammen. Mit Protagonisten des Films entstand ein Fotokalender.

### Mannemer Freundschaften (2014)

Der Dokumentarfilm „Mannemer Freundschaften“ beleuchtet Aspekte von Freundschaft über ethnische und kulturelle Grenzen hinweg. Wann ist Freundschaft von Menschen möglich, die verschiedenen Gruppen, Cliquen, Kulturen, Religionen angehören? Welche sozialen und psychischen Grenzen stehen dem entgegen? Der Film dient als Basis zur Reflexion über Themen wie Stereotype, soziale Zwänge, Ausgrenzung bzw. die Überwindung davon. Gleichzeitig ermutigt der Film dazu, Andere zu akzeptieren, stärkt Neugier und Kontaktbereitschaft zu Angehörigen anderer sozialer, kultureller etc. Gruppen. Ergänzend wird ein Videowettbewerb zum gleichen Thema für Jugendliche durchgeführt. Die Jugendlichen produzieren dazu kleine Videoclips rund um das Thema Freundschaft (Toleranz, Respekt, Anerkennung, Vielfalt) und stellen sie in die Videoplattform des Projekts ein. Der niedrigschwellige Wettbewerb lädt zu Engagement und Beteiligung im Sinne der Projektziele ein.

### Mannemer sein 2 – 360 Grad im Quadrat (2012)

In 20 Projekttagen rund um Mannheim: Online und offline, per Text, Foto, Audio, Video, App & Web: 2012 arbeiteten Mario Di Carlo und das Team von medien+bildung.com mit Mannheimer Jugendlichen unterschiedlichen Hintergrunds an den Themen Identität, Zugehörigkeit, Teilhabe, Zukunftsplanung. Die Workshops hießen u. A. „Ämol Waldhof, immer Waldhof“, „Stärkencomics“, „Unser Dialekt“, öffentliche Aktionen fanden z. B. beim „Nachtwandel“ im Stadtteil Jungbusch und auf dem Mannheimer Maimarkt statt.

Die Ergebnisse der Workshops und der Aktionen wurden jeweils aktuell online präsentiert – auf facebook, Youtube und der Projektwebsite [www.mannemersein.de](http://www.mannemersein.de) – und konnten dort kommentiert und für neue Medienprodukte genutzt werden.

### Mannemer sein 3 – Say it loud! (2013)

Mit „Say it loud!“ startete das Projektteam den Versuch, Jugendliche initiativ werden zu lassen gegen Rassismus, Diskriminierung und Fremdenfeindlichkeit. Im Mittelpunkt stand die Entwicklung und Durchführung von Medienprojekten, die ausgrenzenden Haltungen und Verhaltensweisen von Jugendlichen entgegenwirken. Mit den teilnehmenden Jugendlichen und Multiplikatoren/innen entwickelten die Medienpädagogen/innen fünf Medienkampagnen rund um Mannheim; dabei spielte das Thema Toleranz (im Stadtteil, in der Schule, zwischen Menschen versch. Herkunft, Kultur, Alter ...) durchgängig eine zentrale Rolle.

## Teilnehmerstimmen

Ich habe den Film mit den Kindern gemeinsam geschaut, sie fanden es super spannend ihnen bekannte Plätze zu erkennen. Ich fand die Charaktere sehr interessant, vor allem die polnischen Ministranten, habe meine Vorbehalte gegen die Waldhofer Fußballfans wirklich komplett abgebaut und bin nun noch stolzer in dieser Multi-Kulti-bunten Stadt zu wohnen. Sollte ich in Zukunft wieder ältere Schüler bekommen, wird dies ein „Pflichtfilm“!

Francisca Gadei, Schönauschule

Ich empfand dieses Projekt als eine wahre Bereicherung. Schülerinnen und Schüler hoch motiviert arbeiten zu sehen und zu beobachten, dass sie dabei noch Spaß haben, lässt jedes Lehrerherz höher schlagen. Die Zusammenarbeit ermöglichte einen intensiven Austausch aller Beteiligten und öffnete den Blick für die Mitmenschen. Ich hoffe, dass noch weitere Schülerinnen und Schüler diese Möglichkeit geboten bekommen.

Julia Lustig, Helene Lange Schule

Für mich war es schön, die Schüler von einer anderen, sehr persönlichen Seite kennen zu lernen. Durch das Projekt habe ich viel über deren Wahrnehmung meiner Heimat erfahren und auf viele Dinge einen anderen Blick erfahren. Durch die gelöste Stimmung und die Tatsache keinen konkreten Erwartungshorizont zu haben, konnte ich mich gänzlich auf die kreativen Vorschläge meiner

Schüler einlassen und mich mit ihnen begeistern. Das war toll.

Stefanie Schmelzer, Helene Lange Schule

Für die Jugendlichen war es eine gute Gelegenheit den Umgang mit neuen Medien zu lernen und direkt anzuwenden und dabei Spaß zu haben. Wie wir den Projekttag angelegt haben mit verschiedenen Projektgruppen, das hat super funktioniert. Wir würden uns über weitere Projekte, die auf dem Geschehenen aufbauen, freuen.

Martin Willig, Beauftragter des Fanprojekts Mannheim-Ludwigshafen des SVW 07

Es hat großen Spaß gemacht, mit Mario Di Carlo und Julia Graf zusammenzuarbeiten. Und mal ganz abgesehen davon, dass unsere Projekttag stets sehr lustig waren, ist in den vergangenen zwei Jahren, die wir begleitet wurden, auch eine Menge Gutes rausgekommen: Comics, Trailer, eine Doku, alles von unseren Schülern mit super Ideen und großem technischem Know-how umgesetzt. Ich glaube, dass das Projekt (rund um das „Mannemer sein“) sehr glücklich ist: Es stärkt Medienkompetenz und zugleich sorgt es dafür, dass sich alle als Teil eines Ganzen fühlen, nämlich unserer Stadt.

Nicole Krenzer, Elisabeth-Gymnasium



## „Mannemer sein“ – Der Film

**Alicia Gasco (20)** ist Fertigungsmechanikerin bei der Daimler AG in Mannheim und Mitglied im Ortsjugendausschuss der IG Metall. „Dass wir Jugendliche selbst für unsere Zukunft kämpfen, das ist für mich Engagement. Dass man einfach weiß, ich hab ein Ziel, ich will was erreichen, ich mach das - egal was mir in den Weg kommt,“ lautet ihr Motto.

**Ibrahim Alboga (18)** ist Schüler, in seiner Freizeit Dialogbeauftragter in der Yavuz-Sultan-Selim-Moschee und spielt Theater in der Creative Factory. Er sagt: „...ich finde es sehr wichtig, dass man Zeit für etwas investiert, sehr viel Zeit, aber dafür kein Geld bekommt.“

Warum entscheiden sich Jugendliche dafür, sich freiwillig und ohne Lohn in ihrer Stadt zu engagieren? Was ist ihr Antrieb dabei; was erhoffen sie sich davon? In Mario Di Carlos neuem Dokumentarfilm „Mannemer sein“ lernen wir acht junge Mannheimer/innen kennen, die sich in vielen Punkten – Herkunft, Religion, politische Ansichten, Interessen, Neigungen – unterscheiden, die sich aber alle dafür entschieden haben, sich aktiv einzubringen, für andere und für sich selbst.

**Jagoda Michalska (27), Philipp Michalski (19) und Frederic Michalski (15)** sind Geschwister. Sie sind aktive Mitglieder der polnischen katholischen Gemeinde (Philipp und Frederic als Ministranten) und alle drei Kickboxer bei den Black Scorpions. „...Gott hat gesagt, man soll aus seinen Talenten was machen und das ist jetzt mal mein Talent,“ sagt Frederic. „Wenn man einen anderen besiegt, ist man gut. Aber wenn man sich selbst besiegt, ist man sein Meister,“ ergänzt Philipp. Der Film „Mannemer sein“ sieht und hört 8 jungen Menschen dabei zu, wie sie sich als Teil ihrer Stadt definieren, wie sie sich ihren Platz erobern und ihre Lebenspläne entfalten.

Dabei geht nicht immer alles glatt. Philipp weiß, dass nicht jeder seine Kickbox-Begeisterung teilt. Und Hamidou Bouguerra (16), der Greenpeace-Aktivist, kennt den Konflikt, „...wenn ich mal wieder länger weg bin und ich eigentlich hätte lernen sollen und ich lieber was getan habe, um die Welt zu retten...“

Mannheim – die Stadt, in der alle acht leben – ist nicht immer „Heimat“, aber in jedem Fall wichtiger Bezugspunkt. „Wenn man Mannheim liebt, dann ist man Mannheimer,“ sagt Mela-

nie Meinhardt (22), deren „Herz blau-schwarz schlägt“ für den Fußballverein SV Waldhof Mannheim. „Ich würd sagen, man ist Mannheimer, wenn man mit der Frau Müller zwei Stockwerke tiefer schon mal geredet hat,“ sagt Jagoda Michalska. „Ja typisch Mannheimer - dazu fällt mir gleich ein: Man sagt was man denkt und macht was man will,“ meint Annika Komanns (18), die viel Zeit und Kraft in ihre Pfadfindergruppe steckt.

Die jungen Mannheimerinnen und Mannheimer sind keine fehlerfreien Vorbilder, und sie wären sich untereinander in vieler Hinsicht uneins. Mario Di Carlos Film setzt Aussage gegen Aussage und entwirft ein vielschichtiges und buntes Bild vom Leben der acht. Wir erfahren, wie sich acht Individuen entfalten, und wie sie sich zugleich im multikulturellen Leben der Großstadt integrieren. Hamidou: „Wir sind alle die gleichen Menschen, wir haben alle das gleiche Ziel und arbeiten alle gemeinsam...“



### Mannemer sein (Der Film)

**Länge:** ca. 57 Min., **Regie:** Mario Di Carlo, **Kamera:** Klaus Woller  
**Ton:** Reginald Stadler, Oliver Stockinger, Timo Melk, Markus Himburg, **Schnitt:** Björn Bretschneider, **Regieassistent:** Julia Graf, Eva Burkard, **Setfotograf:** Erkan Sezer, **Musik:** Peter Tröster  
**Produzent:** Hans-Uwe Daumann, **Logo/Design:** Rhea Häni, Kristin Lauer, **Mitwirkende:** Alicia Gasco, Melanie Meinhardt, Annika Komanns, Ibrahim Alboga, Hamidou Bouguerra, Jagoda Michalska, Philipp Michalski, Frederic Michalski

### Die DVD

Die DVD „Mannemer sein“ ist gegen einen Kostenbeitrag von 5 € bei medien+bildung.com (Adresse sh. Impressum) erhältlich. Die DVD enthält:

- Den Film „Mannemer sein“ (57 Minuten, 2011)
- 2 Trailer zum Film (je ca. 1 Minute)
- 6 Zusammenschnitte zu den einzelnen Protagonisten des Films (je ca. 4 bis 6 Minuten)

# „Mannemer sein“ – Die Protagonisten

„Ich finde es ist sehr wichtig, dass man Zeit für etwas investiert, sehr viel Zeit, aber dafür kein Geld bekommt.“



**Ibrahim Alboga – 18 Jahre**

1. Schüler, 2. Ludwigshafen, 3. Dialogbeauftragter in der Moschee Mannheim, spielt Theater in der Creative Factory, 4. Sich weiter engagieren, etwas für Menschen tun, 5. Tolerante Stadt mit vielen Schulen und kompetenten Lehrer.

„In unserem Haus herrscht eine Gemeinschaft.“



**Frederic Michalski – 15 Jahre**

1. Schüler, 2. Mannheim, 3. Kickboxen bei den Black Scorpions, Ministrant in der polnisch katholischen Gemeinde Mannheim, 4. Eine erfolgreiche Medienagentur gründen, 5. Mannheim wird schöner gestaltet

- Δ In der Reihenfolge:
1. Beruf,
  2. Geburtsort,
  3. Engagement,
  4. Zukunftswunsch,
  5. Mannheim in der Zukunft

**Phillipp Michalski – 19 Jahre**



„Engagement fängt da an, für mich, wo man Zeit für jemand anderen opfert.“

1. Schüler, 2. Mannheim, 3. Kickboxen bei den Black Scorpions, Ministrant in der polnisch katholischen Gemeinde Mannheim, 4. Mit Mannheim verbunden bleiben, 5. Der Kampfsport wird nach außen mehr vertreten

**Alicia Gasco – 20 Jahre**



„Dass wir Jugendliche selbst für unsere Zukunft kämpfen, das ist für mich Engagement“

1. Fertigungsmechanikerin, 2. Mannheim, 3. Ortsjugendausschuss der IG Metall, 4. Meisterin bei Mercedes Benz, 5. Die Stadt wird grüner, Elektroautos

**Annika Komanns – 18 Jahre**



„Ja typisch Mannemer fällt mir gleich ein: Man sagt was man denkt und macht was man will.“

1. Schülerin, 2. Mannheim, 3. Pfadfinderbund Mannheim, 4. Kinderpsychologin oder Ärztin werden, reisen, 5. Ein Stückchen Natur in der Stadt, Kulturhauptstadt

„Ich würd mich viel wohler fühlen, viel lockerer leben wenn nicht täglich Menschen sterben würden...“



**Hamidou Bouguerra – 16 Jahre**

1. Schüler, 2. Speyer, 3. Greenpeace, 4. Journalistischer Beruf, reisen, 5. Mannheim wird bunter und umweltfreundlicher

„Heimat ist für mich, da wo meine Familie ist. Und die ist hier, deswegen ist das für mich Heimat.“



**Jagoda Michalska – 27 Jahre**

1. Vorstandssekretärin, 2. Środa Śląska/Polen, 3. Kickboxen bei den Black Scorpions, polnisch katholische Gemeinde Mannheim, 4. Familie gründen, 5. Im Jungbusch wird mehr los sein

„Mein Herz schlägt blau schwarz. Weil man das was man hier bekommt, nicht irgendwie draußen auf der Straße bekommt...“



**Melanie Meinhardt – 22 Jahre**

1. Angestellte bei der Stadt, 2. Mannheim, 3. Reiterin, SV Waldhof Fan, 4. Beruflich aufsteigen, Familie gründen, 5. Mannheim soll sauberer werden

Integration, Heimat, Vielfalt und Engagement sind die 4 Schlüsselwörter von „Mannemer sein“ und bilden das inhaltliche Gerüst dieser Handreichung. Die Begriffe Integration, Heimat, Vielfalt und Engagement lassen sich problemlos mit Schlagworten wie Multikulti, Integration, Assimilation, Leitkultur, Asyl usw. verbinden, die die Diskussion über Migration und Einwanderung in Deutschland bestimmen bzw. bestimmt haben.

Mittlerweile bekennt sich Deutschland dazu ein Einwanderungsland zu sein, was seinen Niederschlag z. B. in der Änderung des Staatsangehörigkeitsgesetzes (2000), der Verabschiedung des Zuwanderungsgesetzes (2005), Integrationskursen und Einbürgerungskampagnen findet. Die Diskussion um Zugehörigkeit - wer ist Deutscher, wer kann bzw. soll Deutscher werden? – ist damit nicht entschieden. Wir erinnern uns an die Debatten um die deutsche Nationalmannschaft (rassistische Beschimpfungen von schwarzen Nationalspielern), Sarrazin (Deutschland schafft sich ab), Abschiebung (der Fall Mehmet), Kopftuchverbot (für Lehrerinnen) usw.

Die Bezeichnungen für die Neukömmlinge oder deren Nachfahren haben sich alle paar Jahre geändert: Sprach man lange Jahre von Gastarbeitern, spricht man weiterhin von Fremden, Ausländern, Asylanten, Migranten oder um Korrektheit bemüht von Menschen mit Migrationshintergrund oder Menschen mit Einwanderungsgeschichte. Wann passt welcher Begriff? Und wie wollen die Betroffenen selbst bezeichnet werden? Weit weniger kritisch als die Identifikation mit dem Land Deutschland resp. mit dem Herkunftsland ist die bei Jugendlichen oft ausgeprägte Identifikation mit der eigenen Stadt, dem eigenen Stadtteil - gerade auch bei Menschen mit Migrationshintergrund, die sich selbstverständlich als Berliner, Kölner, Mannheimer oder auch Neckarstädter, Waldhöfer bezeichnen und dies nicht seit gestern, sondern schon ziemlich lange (Vgl. Mark Terkessidis, Interkultur).

Die Haltung zur eigenen Stadt war unser Ausgangspunkt für konkrete schulische und außerschulische Projekte. Jugendliche finden es interessant und spannend, sich mit ihrer Stadt auseinanderzusetzen, bzw. als Experten dafür wahrgenommen zu werden. Der aktive Einsatz von Medien – von Foto und Video über Hörmedien bis zu Internet-Werkzeugen und „Apps“ auf Handys und Tablets – motiviert Jugendliche und mobilisiert Kenntnisse aus der Freizeit und Alltagsrealität.

## Einsatz des Films und Durchführung von Projekttagen und Workshops

Der Film „Mannemer sein“ war Ausgangspunkt von unterschiedlichen Projekten und Workshops in Schulen und außerschulischen Einrichtungen. Die Methoden und die Inhalte waren vielfältig; das Zeitbudget reichte von wenigen Stunden bis hin

zu mehrtägigen Veranstaltungen. Orte waren der Fancontainer des SV Waldhof Mannheim, das Jugendkulturzentrum Forum, das Interkulturelle Bildungszentrum, verschiedene Schulen, die Universität Mannheim. Die in diesem Heft beschrie-

benen Methoden und Konzepte erwiesen sich als flexibel und konnten in unterschiedlichen Kontexten und vor verschiedenen Alters- und Zielgruppen bestehen.

# Arbeiten mit dem Film: Einführung

## Überlegungen und Tipps zu den Themen der Aufgabenblätter

Die folgenden Arbeitsblätter zu „Integration“, „Heimat“, „Vielfalt“ und „Engagement“ bauen auf Zitaten der Jugendlichen aus dem Film „Mannemer sein“ auf, sind aber auch unabhängig davon verwendbar.

**Integration** Das kontrovers diskutierte Thema Integration löst bei Jugendlichen Emotionen und Fragen aus. „Wer muss sich wo integrieren?“, „Darf ich noch sein wer ich bin?“ Der überstrapazierte Begriff „Integration“ lässt sich in Gegensatzpaaren diskutieren: Integration/Inklusion, Integration/Assimilation, Integration/Partizipation.

**Vielfalt** Was wir als „bunte Vielfalt der Stadt“ bezeichnen umfasst mehr als den multikulturellen Aspekt einer Gesellschaft. Der Vielfaltsbegriff geht weg von einer rein ethnisch/nationalen Betrachtung einer Stadtgesellschaft hin zu einer inklusiven Perspektive, die z.B. auch Menschen mit Behinderung oder auch Schwule und Lesben einbezieht.

**Heimat** Das Thema Heimat lädt zum Diskutieren und Philosophieren ein. Spannend wird es, wenn die Jugendlichen sich von rein örtlichen Definitionen des Begriffes lösen und für sich eine abstraktere Bedeutung von Heimat formulieren.

**Engagement** Engagement ist äußerer Ausdruck von Identifikation mit und Zugehörigkeit zu einer sich ständig verändernden städtischen Gesellschaft. Formen des Engagements sind kulturell geprägt. Wenn sich viele Migranten für und in der eigenen Familie engagieren, wird das selten im Sinne gesellschaftlichen Engagements wahrgenommen und verstanden.

# Integration

Lies die unterschiedlichen Aussagen der Jugendlichen

**Phillipp**  
Integration heißt, es zu ermöglichen und leichter zu machen für die Personen, die es schwer haben. Aber es heißt „sich integrieren“, da geht die Arbeit viel von „sich“ aus.

**Ibrahim**  
Der Einheimische hier, also der Deutsche, sollte – auch wenn ich einen Schritt nach hinten gehe – trotzdem noch einen Schritt nach vorne machen.

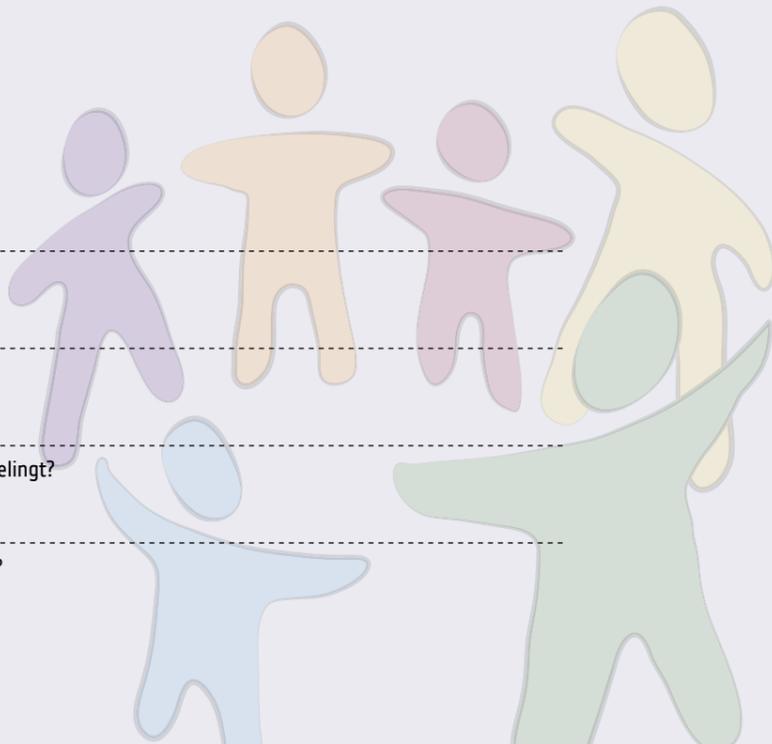
**Melanie**  
Jeder muss sich ja irgendwo im ersten Moment beweisen. Man muss zeigen: so bin ich und so möchte ich auch sein. Dazugehören können, auch wenn man anders ist.

**Jagoda**  
Integration ist, wenn Menschen mit Migrationshintergrund in eine Gemeinschaft eingefasst werden, in dem man auf sie zu geht oder in dem sie auch selbst zu einem kommen und das Ganze in eine Einheit verschmilzt.

**Ibrahim**  
Wenn ich Integration als Modell sehe, dann sehe ich da eigentlich keine Einbahnstraße. Dann sehe ich gegenseitige Integration, gegenseitiges Verständnis, gegenseitigen Respekt.

**Alicia**  
Dass man sich in die Gesellschaft, in der man lebt oder mit der man lebt, integriert und nicht ein Außenseiter bleibt. Sondern dass man merkt: „Ey, kommt der überhaupt aus einem anderen Land oder ist der hier geboren?“

1. Wie erlebst du Integration in deiner Stadt?
2. Was braucht es in deiner Stadt damit Integration gelingt?
3. Welche Form von Beteiligung ist notwendig, damit Integration gut gelingt?
4. Welches Wort könnte man anstelle von Integration auch verwenden?



# Heimat

Lies die unterschiedlichen Aussagen der Jugendlichen

**Ibrahim**  
Also die typischen Ur-Mannheimer, die originellen Mannheimer sind zum Teil im Waldhof. Und die verstehe ich nicht. Also deren Sprache verstehe ich nicht.

**Jagoda**  
Mannheim ist keine Stadt in die man sich auf den ersten Blick verliebt. Die muss man lieben lernen und dann will man hier auch nicht mehr weg.

**Hamidou**  
Wenn man nur einmal durchfährt kann man denken: ach, eine Großstadt wie alle anderen: Hochhäuser, Hafen, Bahnhof, Straßenbahn pfff hat doch jede Stadt.

**Hamidou**  
Wie man ja in der Stadt oft beobachtet, tratschen die älteren Menschen untereinander, fast wie auf einem Dorf, obwohl es ja eigentlich eine Großstadt ist.

1. Wie würdest du Heimat definieren?
2. Was macht deiner Meinung nach Heimat aus?
3. Du gehst auf eine Reise. Was würdest du in den Koffer packen als Erinnerung an deine Heimat?
4. Was müsste deine Stadt tun, damit jemand gut ankommen kann, bzw. gerne da bleiben möchte?



# Bunte Vielfalt

Lies die unterschiedlichen Aussagen der Jugendlichen



**Phillipp**  
Man betrachtet einen anderen Menschen nicht als komisch, weil er einen Bart trägt oder eine dunkle Hautfarbe hat. Das ist wie ein Mensch, der zu einem gehört oder den man länger kennt, weil man das hier in Mannheim sieht, seitdem man klein ist.

**Hamidou**  
Weil es eine offene Stadt ist, wirklich für alles offen hier.

**Alicia**  
Man sieht es am besten beim Ortsjugendausschuss (der Gewerkschaft): Wir sind meistens 30 Jugendliche aus verschiedenen Firmen, mit verschiedenen Hintergründen, ob mit Migration oder nicht, und klar gerät man manchmal aneinander, weil man verschiedene Meinungen hat, aber wir finden immer wieder einen gemeinsamen Nenner.

1. Gibt es in deiner Stadt eine bunte Vielfalt? Woran erkennst du sie?
2. Wer gehört zur bunten Vielfalt?
3. Was sollte man über die typischen Einwohnerinnen und Einwohner deiner Stadt wissen?
4. Was sind typische Wörter und Aussagen bei euch in der Stadt? Habt ihr einen eigenen Dialekt?

# Engagement

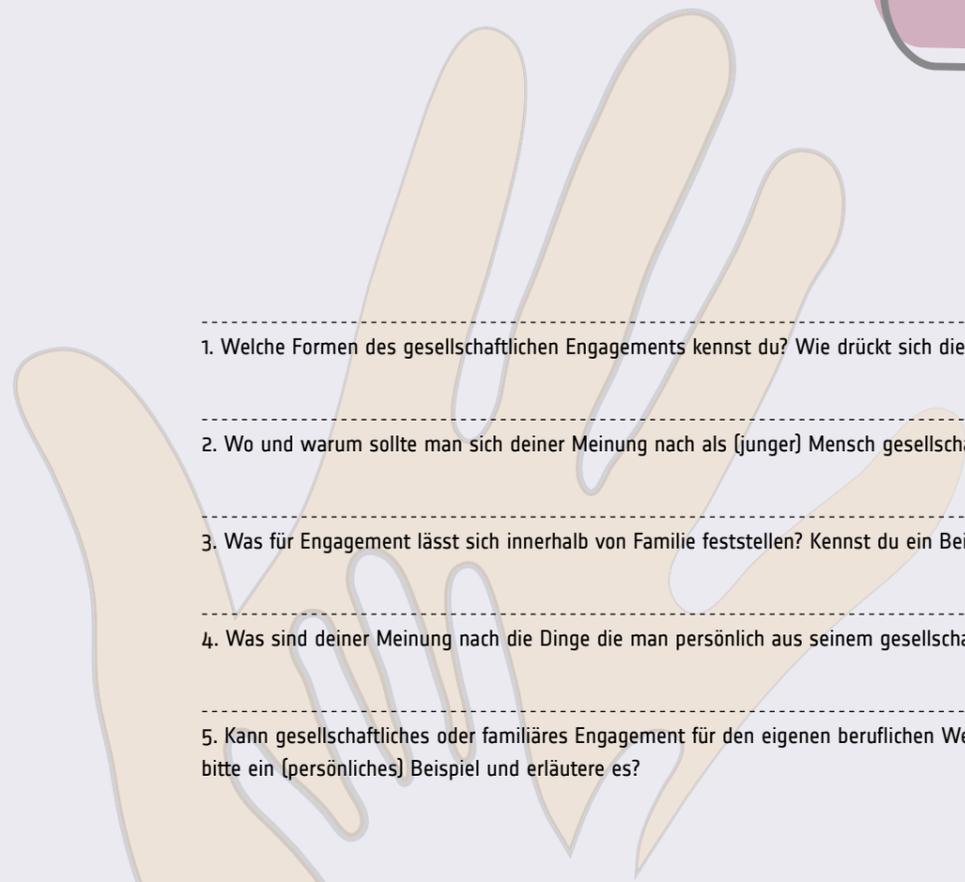
Lies die unterschiedlichen Aussagen der Jugendlichen

**Hamidou:**  
Engagement bedeutet für mich, dass man sich wirklich mit Leidenschaft und mit Kraft für irgendetwas einsetzt.

**Ibrahim:**  
Es liegt wahrscheinlich an der Erziehung meiner Eltern: Ich könnte mir kein Leben vorstellen, wo ich wirklich egoistisch und egozentrisch bin und nur etwas für mich machen würde.

**Alicia:**  
Dass man sich für seine eigenen Ziele die man hat einsetzt. Also, dass man nicht nur das nachplappert was irgendein anderer Vogel gesagt hat, sondern man setzt sich ein Ziel und kämpft so lange, bis man das erreicht hat. Das ist für mich Engagement. Dass man sich einsetzt für Leute, die sich nicht selbst einsetzen können.

**Annika:**  
Man nimmt ja unglaublich viel mit dabei. Man lernt viel und hat viel Spaß daran.



1. Welche Formen des gesellschaftlichen Engagements kennst du? Wie drückt sich dieses aus?
2. Wo und warum sollte man sich deiner Meinung nach als (junger) Mensch gesellschaftlich engagieren?
3. Was für Engagement lässt sich innerhalb von Familie feststellen? Kennst du ein Beispiel für ein solches Engagement?
4. Was sind deiner Meinung nach die Dinge die man persönlich aus seinem gesellschaftlichen oder familiären Engagement mitnimmt?
5. Kann gesellschaftliches oder familiäres Engagement für den eigenen beruflichen Werdegang sinnvoll, bzw. hilfreich sein? Nenne doch bitte ein (persönliches) Beispiel und erläutere es?

## Alle mal herschauen: Fotoaktion mit Thema



### ➤ Kurzbeschreibung:

Bei dieser Methode werden die Teilnehmer/innen mit dem Logo/Schriftzug des Projekts „Mannemer sein“ fotografiert – oder mit einem davon abgeleiteten Slogan. Diese Methode eignet sich sehr gut als Gemeinschaftsaktion mit dem Ziel, eine gemeinsame Identität zu stärken und/oder die Öffentlichkeit für ein Thema zu interessieren.

### Medienart:

Foto

### Methodenform:

Angeleitetes Angebot

### Teilnehmenden-Anzahl:

minimal: 5, maximal: beliebig groß

### Zeitdauer:

Je nach Gruppengröße zwischen 30 Minu-

ten und mehreren Stunden, z. B. bei einer offenen / öffentlichen Aktion im schulischen oder außerschulischen Bereich.

### Mediale Lernziele:

- produzieren / publizieren
- reflektieren / kommunizieren
- Hardware-Kenntnisse
- Software-Kenntnisse
- Mediennutzung
- Mediengestaltung

### Zielgruppe:

- Kinder / Jugendliche ab der 4. Klasse

### Benötigte/s Technik/Material:

digitale Fotokamera(s), vorgefertigtes Schild mit Logo / Schriftzug, Laptop, Beamer, Internetzugang; evtl. „Foto-box“ – mobiles Fotostudio mit festem Hintergrund.

### Vorbereitung:

Das Logo bzw. den Schriftzug „Manne-

mer sein“ kann man von der Website [www.mannemersein.de](http://www.mannemersein.de) herunterladen – alternativ wird ein eigener Schriftzug entwickelt und ausgedruckt. Es hat sich bewährt den Ausdruck zu laminieren. So ist der Schriftzug stabiler und verschmutzt nicht so leicht. Die Größe des Schilds bzw. des Schriftzugs muss nach den Kriterien der Bildgestaltung bzw. der Lesbarkeit gewählt und evtl. vorher ausprobiert werden.

Die Aktion ist in der Regel zur Veröffentlichung bestimmt. Alle Teilnehmenden müssen klar darauf hingewiesen werden; bei Minderjährigen muss ggf. das Einverständnis der Erziehungsberechtigten vorliegen.

### ➤ Durchführung:

Die Teilnehmer/innen überlegen sich wo und mit wem sie mit dem Schriftzug fotografiert werden möchten; der Fantasie sind hierbei keine Grenzen gesetzt. Die Fotos

können danach auf einen Computer oder Laptop überspielt und via Beamer gezeigt werden. Die Fotos können außerdem auf einer Social-Media-Seite (z. B. facebook – muss wegen der möglichen Weiterverwendung von Fotos durch den Betreiber wohlüberlegt sein) oder auf eine Schul- oder Projekthomepage eingestellt und dort kommentiert / diskutiert werden.

### Reflexion/Auswertung:

Je vielfältiger, desto besser! Das Fotoprojekt zieht seinen Reiz aus der Vielfalt der Personen/Gruppen und Orte, die abgebildet werden. Die einzige Konstante ist der Schriftzug im Bild („Mannemer sein“). Das Projekt lebt von dem Spaß und der Fantasie, mit der Fotografen/innen und Abgebildete zu Werke gehen.

Die Teilnehmer/innen freuen sich, wenn die Bilder (auch) in einer höher aufgelösten Qualität online gestellt werden, so dass es ihnen möglich ist, Fotos der eigenen Person herunterzuladen und für private Zwecke zu verwenden.

### Tipps - so kann es gut gelingen:

Sinnvoll ist es die Fotoaktion ganz in die Hände der teilnehmenden Kinder oder Jugendlichen zu legen, die z. B. in Kleingruppen selbstständig arbeiten können. Sie entwickeln schnell Vorstellungen, von wem, mit wem und an welchem Ort sie fotografiert werden möchten. Wenn man nicht mehrere Fotoapparate hat ist es besser nicht so viele Motive aufzusuchen, sondern sich auf einen Ort festzulegen. Dies erspart sehr viel Zeit! Macht man eine Aktion im öffentlichen Raum, z. B. in unserem Falle bei der Stadtteil-Kulturaktion „Nachtwandel“ im Mannheimer Stadtteil Jungbusch, dann ist es gut den Teilnehmer/innen eine Webadresse zu nennen wo und ab wann die Bilder angesehen und heruntergeladen werden können, evtl. kann man sie auch per E-Mail informieren. Für das Herunterladen von qualitativ hochwertigen Bildern könnte es sinnvoll sein, eine Plattform zum Datenaustausch im Web wie z. B. den bekannten Dienst „dropbox“ zu nutzen.

### Varianten:

Als „Schriftzug“ im Bild taugt so ziemlich jedes Wort, jeder Spruch bzw. „Claim“, das/der zu individuellen Interpretationen einlädt. Auch der Bildhintergrund kann Teil des Konzepts sein, z. B. indem Lieblingsplätze / Lieblingsorte der Teilnehmenden gezeigt werden. Evtl. kann der verwendete Schriftzug auch ein Lückentext sein: „Mannemer sein heißt ...“ In dieser Variante bekommt jede/r Fotografierte sein/ihr eigenes Schild mit viel Platz für eine selbst ausgedachte und deutlich geschriebene Ergänzung.

### Was ich noch sagen möchte:

Gut ist es, wenn man schon zu Beginn der Aktion ein Fotobeispiel vorzeigen kann. Das Projekt ist auch als professionelles Fotoshooting reizvoll, bei dem die Fotografierten die Arbeitsweise eines/r Profifotografen/in kennen lernen.

Δ Autor: Mario Di Carlo

## Praxisprojekt Fotoaktion Nachtwandel Elisabeth-Gymnasium

Sowohl schulisch als auch außerschulisch haben wir im Rahmen von „Mannemer sein“ Fotoaktionen durchgeführt. Beim Nachtwandel 2012, einer Kulturaktion im Mannheimer Stadtteil Jungbusch, haben wir in Kooperation mit dem Fotografen Erkan Sezer eine Mitmachaktion gestaltet: Die Besucher/innen konnten ein Statement zum Thema „Mannemer sein“ auf einer Postkarte hinterlassen, die wir dann zur Ansicht an einer Wäscheleine aufhängten. Außerdem konnten sie sich alleine oder mit Freunden mit dem Schriftzug „Mannemer sein“ fotografieren lassen. Die Fotos haben wir dann an beiden Abenden an die Glasfront des Laboratoriums 17 projiziert. Nach der Aktion wurden die Fotos zur Ansicht und zum Download bei uns auf die Homepage gestellt. Nachdem wir mit Schüler/innen beim Schülermedienpreis

Baden-Württemberg erfolgreich waren, führten wir im Elisabeth-Gymnasium eine Fotoaktion durch. Hier präsentierten die Schüler/innen Ergebnisse, die sie mit uns bei diversen Projekttagen erarbeitet hatten, u. a. die Gewinnervideos des o. g. Schülermedienwettbewerbs. Außerdem fand eine Mitmachaktion mit gasgefüllten Ballons und Karten statt unter dem Motto: „Was wünschst du dir für deine Stadt?“ Parallel fotografierten sich die Schüler/innen untereinander mit dem Schriftzug „Mannemer sein“. Die Fotos wurden unmittelbar in der Schulcafeteria gezeigt (ca. 50 Personen). Zum Ende der Aktion wurden die gasgefüllten Luftballons (ca. 100 Stück) in den Himmel über Mannheim entlassen. Den weitesten Weg legte ein Luftballon zurück, der bis Bad Arolsen (ca. 200 km von Mannheim) flog!

# Comics erstellen mit Comic Life

## Kurzbeschreibung:

Mit dem iPad, der Comic Life App und der integrierten Kamera entstehen schnell und einfach Comics oder Poster.

## Medienart:

Foto

## Methodenform:

Angeleitetes Angebot

## Teilnehmenden-Anzahl:

minimal: 4, maximal: 12

## Zeitdauer:

variiert nach Gruppe

## Mediale Lernziele:

- produzieren / publizieren
- gestalten
- Medien kreativ nutzen
- Medien bedienen
- Spaß haben
- Software-Kenntnisse
- Hardware-Kenntnisse

## Zielgruppe:

Kinder / Jugendliche ab der 4. Klasse

## Benötigte/s Technik/Material:

iPads, Comic Life App von plasq LLC (über den mac App Store iTunes)

## Vorbereitung:

Zunächst sollte sichergestellt sein, dass die iPads über genügend Batteriekapazität verfügen und dass die App auf dem Gerät vorhanden ist.

## Durchführung:

Es sollten in der Regel mindestens drei Personen in einer Gruppe sein: Abwech-

selnd zwei „Fotomodelle“ und ein/e Fotograf/in. Die Arbeitsgruppen sollten sich zu Beginn auf ein Thema bzw. eine Geschichte einigen. Danach empfiehlt es sich die entstandenen Ideen vor Beginn der Comic-erstellung im Plenum vorzustellen und zu besprechen.

Dann geht es an die iPads: Das Programm auf dem iPad öffnen. Die Startseite erscheint. Um einen neuen Comic zu erstellen oben links in der Ecke auf das Plus tippen und dann auf „Create a new Comic“ (einen neuen Comic erstellen) tippen. Nun erscheinen verschiedene Vorlagen von denen man sich eine aussucht und antippt. Jetzt befindet man sich im Bearbeitungsmodus.

### Titel:

Um den Titel zu positionieren tippt man ihn einmal leicht an und schon lässt er sich beliebig bewegen. Um ihn zu bearbeiten tippt man schnell zweimal hintereinander mit dem Finger auf den Titel. Jetzt kann man in das sich öffnende Feld schreiben. Man kann den Titel auch markieren, indem man lange den Finger darauf hält, z. B. um die Schriftart oder den Stil des Titels, aber auch Größe oder Farbe zu ändern. Hierzu tippt man auf das i-Symbol in

der rechten oberen Ecke. In dem kleinen Fenster kann über „Optionen“ die „Farbe“, der „Rand“ und „Effekte“ wie Schatten des Schriftzuges verändert werden.

### Bilder einfügen und bearbeiten:

Um ein Bild einzufügen tippt man entweder direkt auf das Bildsymbol (ein kleiner Rahmen mit Bergen und Mond) oben rechts in der Ecke oder auf das Bildsymbol im bereits vorhandenen Bilderrahmen des Layouts. Es ist dann möglich direkt mit dem iPad ein Bild zu fotografieren und einzufügen. Alternativ kann man ein bereits vorhandenes Bild aus der Bibliothek auswählen. Hierzu muss unter „Einstellungen > Datenschutz > Fotos“ der Zugriff von Comic Life auf die Fotobibliothek aktiv sein.

Hat man ein Foto eingefügt, ist es möglich dieses innerhalb des Rahmens zu verschieben. Mit einem Doppeltipp auf das Bild verschiebt man das Bild im Rahmen, mit einem Einfachtipp verschiebt man Rahmen und Bild gemeinsam. Hat man das Bild einzeln markiert, besteht noch die Möglichkeit den Stil des Bilds zu ändern indem man auf das i-Symbol in der oberen rechten Ecke tippt.



### Sprechblasen:

Unten auf dem Bildschirm werden verschiedene Sprechblasen angezeigt. Man sucht sich eine aus und zieht sie mit dem Finger an den gewünschten Platz. Wie bereits beim Titel beschrieben lässt sich auch hier die Schrift ändern und formatieren. Sind die Sprechblasen nicht optimal platziert gibt es die Möglichkeit den sogenannten Dorn (den Zipfel, der von der Blase zum Mund oder Kopf der „sprechenden“ Person führt) zu ändern. Hierzu tippt man einmal auf die Blase und zieht dann den grünen Punkt in die entsprechende Position. Auch die Sprechblasen lassen sich wenn sie markiert sind über das i-Symbol formatieren.

## Praxisbeispiel Stärkencomic

Schüler/innen erstellen mit Hilfe der Software Comic Life ihre eigenen Stärkencomics, die sie ihrer Bewerbung beilegen können. Dies ist eine kreative und innovative Form um in einer Bewerbung auf sich aufmerksam zu machen. Gerade für leistungsschwache oder schlecht motivierte Schüler/innen ist die Methode interessant.

Im Stärkencomic werden fachliche Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen (z. B. Teamfähigkeit), die für eine Berufsausbildung wichtig sind, nicht nur verbal benannt, sondern in Bildern dargestellt.

### Vorgehensweise:

1. In Kleingruppen erarbeiten (3 - 5) Schüler/innen ihre jeweiligen Stärken und Fähigkeiten und benennen diese.
2. Die Kleingruppen überlegen sich 4 bis 6 passende Bilder zu

den jeweiligen Stärken und Fähigkeiten. Wie kann man diese jeweils in Form eines Bildes ausdrücken (z. B. symbolisch: mit einer Uhr für Pünktlichkeit)?

3. Erstellung der Fotos mit Hilfe von digitalen Fotokameras.
4. Einführung in die Comic Life Software, die Fotos werden auf die Computer überspielt.
5. Selbstständige Erstellung der Stärkencomics.

### Tipps:

- Vor dem Einstieg in die Gestaltung der Stärkencomics muss mit den Schüler/innen ggf. erarbeitet werden, was fachliche Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen sind.
- Über einzelne Bilder bzw. Bildkompositionen sollte man nicht zu lange reden, sondern lieber gleich ausprobieren und schauen ob es funktioniert.

### Hintergrund:

Der Hintergrund lässt sich durch einfaches Tippen ändern. Einmal auf den Hintergrund tippen, dann auf das i-Symbol und unter Optionen die Hintergrundfarbe und den Farbverlauf wählen.

### Neue Seite erstellen:

Eine neue Seite erstellt man, indem man oben in der rechten Ecke auf das Blatt tippt. Dort ist es auch möglich aus der Vorlage auszuwählen oder sich ein eigenes Layout auszusuchen. Unter „widerufen“ oben links in der Ecke kann man die eigenen Arbeitsschritte rückgängig machen.

Ist der Comic fertig, tippt man auf den Schraubenschlüssel oben rechts in der Ecke und kann ihn über „share“ in der „Fotobibliothek“ abspeichern. Hierbei empfiehlt es sich immer unter „high quality JPEG“ zu speichern. Wer eine Pause bei der Arbeit braucht, muss seinen Comic nicht extra speichern, man kann die App über den Homebutton einfach schließen und später nach dem erneuten Öffnen den Comic herausuchen, den man weiter bearbeiten möchte. Die Comics werden

also automatisch gespeichert.

Um die Comics auf einen Apple-Computer zu übertragen und dort zu speichern schließt man die iPads nacheinander mit dem USB-Kabel an den Mac an. Normalerweise sollte sich dann automatisch iPhoto öffnen. Bei einem Windows-PC wird das iPad als externe Festplatte erkannt. Man kann dann über Windows Explorer auf das iPad zugreifen und die Daten auf seinen PC übertragen.

### Reflexion/Auswertung:

Am Ende werden die Comics im Plenum vorgestellt und besprochen. Wie ist was entstanden und was kann beim nächsten Mal noch verbessert werden?

### Tipps - so kann es gut gelingen:

Das Programm Comic life aber vor allem auch die iPads werden interessiert angenommen. Am besten funktioniert es, wenn man die Teilnehmer/innen selbst ausprobieren lässt, denn viele Abläufe sind selbsterklärend.

▲ Autorin: Julia Graf

# Das eigene Radioprogramm im World Wide Web

## Kurzbeschreibung:

Um ein eigenes Radioprogramm zu senden benötigen Schulen kein Studio und teure Technik! Beim kostenlosen Mitmachradio [www.edura.fm](http://www.edura.fm) können Schulklassen und Jugendgruppen eine Radioredaktion gründen und mit einfachen Mitteln auf Sendung gehen. Besonders interessant ist die Möglichkeit bei edura.fm auch GEMA-pflichtige Populärmusik einzusetzen. Musik ist ein wichtiger Zugangsschlüssel, der an den Interessen der Schüler/innen andockt und über den Lernprozesse angestoßen werden. Beim Schreiben der Moderationen und Einsprechen der Texte setzen sich die Radiogruppenmitglieder mit ihren Ausdrucksfähigkeiten auseinander und fördern ihre Sprach- und Präsentationskompetenz.

## Medienart: Audio

Methodenform: Angeleitete Angebot

## Teilnehmenden-Anzahl:

minimal: 4, maximal: 12

## Zeitdauer:

variiert nach Gruppe

## Mediale Lernziele:

- produzieren / publizieren
- gestalten
- Medien kreativ nutzen
- Medien bedienen
- Spaß haben

## Zielgruppe:

Kinder / Jugendliche ab der 4. Klasse

## Benötigte/s Technik/Material:

Pro Kleingruppe: 1 Computer, 1 Headset (alternativ USB-Mikrofon und Kopfhörer) 1 USB-Stick (oder externe Festplatte)

## Vorbereitung:

- Im Vorfeld muss auf den Computern das kostenlose Programm Audacity in der aktuellen Version installiert und der sogenannte LAME-Encoder heruntergeladen werden.
- Nehmen Sie bei Audacity unter „Bearbeiten“ >> „Einstellungen“ folgende wichtige Einstellungen vor: bei „Aufnahme“ >> „Overdub“ muss der Haken entfernt und unter „Qualität“ die „Standard-Samplefrequenz“ auf 41000 Hz sowie das „Standard-Sampleformat“ auf 16 Bit eingestellt werden!
- Die Teilnehmer/innen des Radioprojekts sollen von zu Hause Musik auf einem USB-Stick mitbringen.
- Melden Sie sich bei edura.fm mit ihrem Vor- und Nachnamen an (kein Gruppenname). Wenn Sie angemeldet sind, beantragen Sie eine eigene Gruppe (Gruppen können bei edura.fm aufgrund des Presserechts nur von einem Erwachsenen beantragt werden, die Freischaltung der Gruppe dauert 1 - 2 Werktage)

## Durchführung:

1 Zu Beginn erstellen die Jugendlichen einen Sendeablaufplan. Im Ablaufplan wird in Tabellenform festgehalten, welche Musik nacheinander gespielt wird und an welcher Stelle eine Moderation erfolgt. Am Anfang einer Sendung steht immer die An-Moderation mit der Begrüßung der Hörer/innen und der Vorstellung der Moderatoren/innen. Am Ende erfolgt eine Ab-Moderation, bei der man sich üblicher-

weise von den Hörerinnen verabschiedet und für das Zuhören bedankt. Während der Sendung sollte nach zwei bis drei Musikstücken eine Moderation erfolgen, in der die nächsten Titel angekündigt werden.

2 Die Jugendlichen schreiben ihre Moderationstexte auf Kärtchen (eine Karte pro Moderation). Die Sätze sollten einfach gestaltet sein (keine Schachtelsätze) mit maximal 15 Wörtern pro Satz. Anschließend lesen die Schüler/innen ihre Moderation mehrmals laut vor.

3 Im Programm Audacity fügen die Jugendlichen über „Datei“ >> „Importieren“ die Musik in ihre Projektdatei ein. Wenn die Musik nacheinander auf zwei Spuren verteilt wird, ist es möglich durch Überlappen der Musikstücke fließende Übergänge zu schaffen. Mit dem „Auswahlwerkzeug“ können mehrere Musikstücke markiert und dann mit dem „Verschiebewerkzeug“ gemeinsam bewegt werden.

4 Die Teilnehmer/innen nehmen mit dem Mikrofon ihre Moderationen auf. Zum Einstellen des „Aufnahme-Pegels“ verwenden sie den „input level slider“ (Schiebereglern) am rechten oberen Rand. Die Moderationen sollten möglichst laut aufgenommen werden. Es empfiehlt sich das Mikrofon beim Sprechen möglichst nahe (ca. 5 cm) an den Mund zu halten. Die Aufnahme darf aber nicht übersteuert (Pegelanzeige berührt die rechte Begrenzung). Übersteuerte Aufnahmen hören sich sehr „kratzig“ und unangenehm an und sollten erneut aufgenommen werden!

5 Mit dem „Verschiebewerkzeug“ bringen die Jugendlichen anschließend die Musik und Moderationen in die richtige Reihenfolge. Mit der Tastenkombination „Strg+I“ können Aufnahmen auch geteilt werden, außerdem ist es möglich einen Teil der Moderation zu kopieren und an einer anderen Stelle einzufügen. Mit der „Entf-Taste“ kann eine markierte Stelle gelöscht werden. Die Musik und Moderationen sollten niemals in derselben Spur liegen, sondern leicht überlappen. Mit dem „Hüllkurvenwerkzeug“ kann die Musik ein bzw. ausgeblendet werden.

6 Über „Datei“ >> „Exportieren“ werden die Spuren zusammengefasst und als mp3-Datei abgespeichert. Beim Dialogfeld „Metadaten bearbeiten“ auf „Löschen“ klicken, um die unnötigen ID-Tags zu entfernen.

7 Die Teilnehmer/innen innen melden sich bei edura.fm an und treten der Gruppe bei, die zuvor von einem/r erwachsenen Verantwortlichen angelegt wurde. Um ihre Sendungen hochladen zu können,

muss der/die Verantwortliche die einzelnen Jugendlichen für die Gruppe freigeben und ihnen das Recht zum Erstellen eigener Beiträge erteilen. Nachdem die Sendungen von den Jugendlichen hochgeladen wurden, müssen sie von dem/r Verantwortlichen noch freigegeben werden!

## Reflexion/Auswertung:

Folgende Fragen helfen bei der Auswertung, wenn man eigene oder andere Sendungen anhört:

- Sind die Moderationen flüssig und verständlich gesprochen?
- Gibt es bei den Moderationen inhaltliche Probleme?
- Rauscht oder knackt es an einigen Stellen?
- Gibt es sogenannte Sendelöcher, bei denen es entweder sehr leise wird, oder sogar nichts zu hören ist? Hierbei sollte man vor allem auf die Übergänge zwischen den Liedern achten!
- Gibt es einen gut gemachten Ramp-talk\*, oder etwa einen Rampkill\*?

## Tipps - so kann es gut gelingen:

\* Im Radio STARter Heft von [medien+bildung.com](http://medienundbildung.com) (<http://medienundbildung.com/edura/radio-starter/>) werden nicht nur die Begriffe „Ramp-talk“ resp. „Rampkill“ erklärt, es finden sich viele weitere Tipps, außerdem Formulare für Sendepläne und Moderationskarten und Methoden zur Reflexion.

## Varianten:

Natürlich besteht eine gute Radiosendung nicht nur aus Musik. Für die nächste Sendung können die Jugendlichen sich ein Thema überlegen und dazu Interviews führen und gebaute Beiträge erstellen.

Δ Autoren: Markus Horn, Hans-Uwe Daumann

## Praxisbeispiele Umfrage, Musiksendung

Am Karl-Friedrich Gymnasium entstanden in der 9. Klasse im Rahmen einer Unterrichtseinheit „Chancen und Risiken in einer multikulturellen Gesellschaft“ in Zusammenarbeit mit der Referendarin Karin Olliges diverse mediale Produkte zum Thema „Mannheimer sein“. Darunter waren auch Audio-Straßeninterviews mit Passantinnen und Passanten zu folgenden Themen: Integration, Migration, Lieblingsplätze und Mannheim als Kulturhauptstadt.

Mit Hilfe des Radiostartersets erstellten und schnitten die Schüler/innen ihre Beiträge selbst. Die Beiträge wurden mit selbstgemachten Fotos aus Mannheim unterlegt und sind auf [www.medien-bilden.de](http://www.medien-bilden.de) unter dem Schlagwort KFG abzurufen. Die beiden Praktikantinnen von [medien+bildung.com](http://medien+bildung.com) Janna Kruse und Bettina Zäh haben ebenfalls mit Hilfe des Radiostartersets

eine einstündige Radiosendung erstellt. Hierbei nahmen sie aktuelle Diskussionen um die Musikakademie Mannheim zum Anlass eine kleine Reise durch die Mannheimer Musikgeschichte von der Klassik (Kurpfälzisches Kammerorchester) bis in die Gegenwart (Xavier Naidoo) zu machen. Der gelungene und hörenswerte Beitrag wurde auf [www.edura.fm](http://www.edura.fm) eingestellt.



# Nicht nur Talking Heads: Produktion einer Videodokumentation

## Kurzbeschreibung:

Ziel ist es eine kleine Videodokumentation zu einem vorgegebenen Thema zu drehen und zu schneiden. In unserem Falle war das Thema „Mannemer sein“ resp. „Mannheim“ die Vorgabe für Videoprojekte an der Universität Mannheim und auf dem Mannheimer Maimarkt.

## Medienart:

Video

## Methodenform:

Angeleitetes Angebot

## Teilnehmenden-Anzahl:

minimal: 3, maximal: 12

## Zeitdauer:

90 Minuten

## Mediale Lernziele:

- produzieren / publizieren
- sprechen
- Medien bedienen
- Software-Kenntnisse
- Hardware-Kenntnisse

## Zielgruppe:

ab 5. Klasse

## Benötigte/s Technik/Material:

Pro Gruppe von 3 bis 5 Schüler/innen werden eine Kamera, ein Stativ, ein passendes Mikrofon und ein Kopfhörer benötigt. Jede Kleingruppe sollte anschließend an einem PC oder Laptop schneiden können. Falls möglich sollten die Arbeitsplätze nicht zu dicht angeordnet sein, damit sich die Gruppen nicht gegenseitig stören.

## Vorbereitung:

Zur Projektplanung bietet es sich an, das zu dokumentierende Ereignis in klar trennbaren Teilen zu bearbeiten, so dass eine Kleingruppe als Team für Dreh und Schnitt für ein Teilereignis verantwortlich ist. Ziel wäre es dann für jede Gruppe, einen von mehreren kleinen Beiträgen zu produzieren, die später in chronologischer Reihenfolge im Film auftauchen und z. B. durch eine abschließend produzierte Moderation miteinander verbunden werden. Jede Gruppe kann sich für ihren Filmteil vorher überlegen, welche Szenen sie für ihren Bericht für wichtig hält und welche Personen für Interviews in Frage kommen.

## Durchführung:

Es kommt darauf an, dass jede Gruppe im Rahmen ihres Auftrags gute und passende „Bilder“ (Einstellungen, Szenen) und interessante „O-Töne“ (Interviews, Statements) einfängt und dass die Aufnahmen zwar zügig, aber auch konzentriert durchgeführt werden. Die Aufgaben „Bildkontrolle“ (Kamera), „Tonkontrolle“ (Kontrolle der Mikrofonaufnahme über einen Kopfhörer an der Kamera) und „Redaktion“ (Regie, Interviewführung) sollten strikt durchgehalten werden. Es hilft beim späteren Schnitt, wenn im Team jemand über die gemachten Aufnahmen „Buch führt“.

## Reflexion/Auswertung:

Vorteilhaft für das Verständnis des Themas ist es die Jugendlichen die Interviewfragen selbst entwickeln zu lassen. Am besten notieren sie sich die Fragen auf Kärtchen. Gut ist es allen Interviewpartnern immer die exakt gleichen Fragen zu stellen. So kann man die Antworten besser vergleichen bzw. präziser schneiden.

Eine Dokumentation zu einem bestimmten Thema kann ausschließlich aus O-Tönen bestehen. Abwechslungsreicher und interessanter wird es für den Zuschauer allerdings, wenn man auch Zwischenbilder dreht, die im Schnitt entweder als Bildtrenner (mit Musik unterlegt) zwischen den Interviewblöcken eingesetzt werden oder über das Gesprochene gelegt werden können. Als Bildtrenner eignen sich hierbei z. B. Außenaufnahmen der Stadt oder die Aufnahmen einer bestimmten Veranstaltung die zum Thema passt (z. B. Stadt- oder Schulfest).

Zwischenbilder lockern den Videofilm visuell auf. Sind hingegen nur „Talking Heads“ (sprechende Köpfe) zu einem bestimmten Thema zu sehen, ist das auf Dauer für die Zuschauer monoton und ermüdend.

## Tipps - so kann es gut gelingen:

### 7 Regeln für die Interviewführung

- 1 Offene Fragen formulieren, die nicht nur mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden können: „Was bedeutet für dich Mannheim?“ „Nenne uns bitte einen typischen Mannheimer Spruch!“
- 2 Interessante Aspekte ansprechen. Reine Informationsfragen („Wie lange gibt es schon Ihre Einrichtung?“) können recherchiert werden.
- 3 Fragen verständlich und kurz formulieren. Die Interviewpartner/innen nicht mit Doppelfragen überfordern.
- 4 Fragen logisch ordnen. Fragen zur Person und zur Sache nicht mischen.

## Praxisbeispiele Maimarkt, Muslimische Hochschulgruppe

Das Projekt „Mannemer sein“ hatte 2013 die Chance, sich am Stand der Stadt Mannheim auf dem Maimarkt zu präsentieren. Besucher/innen konnten T-Shirts und DVDs des Films „Mannemer sein“ erwerben; der Film wurde am Nachmittag gezeigt. Luftballons und Postkarten mit unserem Projektlogo verteilten wir kostenlos an die „Fans“. Einige der Protagonisten des Films waren anwesend und standen für Fragen zur Verfügung. Eine engagierte Schülergruppe des Elisabeth Gymnasiums war auf den Maimarkt gekommen, um Messebesucher/innen zum Thema Mannheim zu befragen. In dem unterhaltsamen Video, das dabei entstand, kommen nicht nur Mannheimer/innen zu Wort, sondern auch Besucher/innen von außerhalb. Das Ergebnis dieser „ganzheitlichen“ Perspektive auf Mannheim lässt sich auf [www.medien-bilden.de](http://www.medien-bilden.de) unter dem Schlagwort Maimarkt abrufen.

Die Muslimische Hochschulgruppe Mannheim (MHG) produzierte 2012 in Kooperation mit uns einen kurzen Spot, in dem sie sich vorstellt und für ihre Organisation wirbt. Ganz selbstverständlich aus der Mitte der Gesellschaft heraus erzählen die Student/innen von ihrer Stadt, ihrer Universität und ihrer Hochschulgruppe. Der Spot feierte seine Premiere bei einem Filmabend an der Universität Mannheim, bei dem er als Vorfilm zu unserem Film vor ca. 170 Zuschauer/innen gezeigt wurde. Der kurzweilige Clip ist auf [www.youtube.com](http://www.youtube.com) unter dem Schlagwort Muslimische Hochschulgruppe Mannheim zu finden.

5 Nachhaken, wenn etwas nicht ausreichend erklärt wurde oder sich eine zusätzliche interessante Frage ergibt.

6 Antworten nicht kommentieren!

7 Während des Interviews aufmerksam zuhören und Interesse durch Augenkontakt, Stimme und Körperhaltung signalisieren.

### 7 Regeln für die Videoaufnahme eines Interviews

1 Den Hintergrund kontrollieren! Die Personen sollten keine „Hirschgeweihe“ bekommen - das passiert, wenn hinter den Köpfen Äste, Fahnenmasten oder Schilder auf lustige Weise herausragen.

2 Die Personen min. einen Meter vom Hintergrund entfernt positionieren. Das Bild erhält dadurch mehr Tiefe.

3 Auf Licht und Schatten achten. Gegenlicht vermeiden! Sonst werden die Personen im Vordergrund „verdunkelt“.

4 Keine Profilaufnahmen! Der Zuschauer möchte beide Augen beider Personen sehen („Vier-Augen-Regel“). Falls nur die interviewte Person gezeigt wird, gilt die „Zwei-Augen-Regel“.

5 Der/die Interviewer/in ist meist nicht bildwichtig. Er/sie sollte nahe bei der Kamera stehen (und außerhalb des Kamerawinkels), damit der Interviewte knapp an der Kamera vorbeischaute.

6 Ein Stativ benutzen! Verwackelte Aufnahmen lenken vom Inhalt des Interviews ab.

7 Kamera frühzeitig ein- und etwas später ausschalten, damit nichts vom O-Ton verloren geht.

## Varianten:

Anstatt Zwischenbilder zu drehen können später im Schnitt auch Fotos eingesetzt werden. Diese können entweder von den Interviewpartnern selbst kommen, aus einem Archiv stammen oder eigens als Zwischenbilder realisiert worden sein.

## Was ich noch sagen möchte:

Bei dieser Methode werden ganz nebenbei Schlüsselkompetenzen für das spätere Berufsleben der Jugendlichen eingeübt. Sie lernen auf andere zuzugehen, sich klar zu artikulieren, Anderen zuzuhören und im Team zu arbeiten.



## Tablet-Tricks: Filmtrailer mit iMovie

### Kurzbeschreibung:

Mit der Trailerfunktion der iMovie App entsteht innerhalb kurzer Zeit ein ca. einminütiger Filmtrailer auf dem iPad.

### Medienart:

Video

### Methodenform:

Angeleitetes Angebot

### Teilnehmenden-Anzahl:

minimal: 4, maximal: 12

### Zeitdauer:

variiert nach Gruppe

### Mediale Lernziele:

- produzieren / publizieren
- gestalten
- sozial / kooperativ
- Medien kreativ nutzen
- Medien bedienen
- Spaß haben

### Zielgruppe:

Kinder / Jugendliche ab der 4. Klasse

### Benötigte/s Technik/Material:

iPads, iMovie App  
(Mac App Store / iTunes)

### Vorbereitung:

Zunächst sollte im Vorfeld sicher gestellt werden, dass die iPads über genügend Batterielaufzeit verfügen und dass die App auf dem Gerät vorhanden ist.

Δ Autorin: Julia Graf



### Durchführung:

Die iMovie App bietet zum einen die Möglichkeit kleine Filme aufzunehmen und zu schneiden, zum anderen Filmtrailer zu produzieren. Im Rahmen des Projekts „Mannemer sein“ wurde die Filmtrailerfunktion verwendet.

Um einen Trailer zu produzieren startet man zunächst die iMovie App auf dem iPad. Dann tippt man auf das Plus unten in der Mitte, links, „Neuer Trailer“. Nun erscheinen die Trailer-Vorlagen, von denen man sich eine aussucht.

### Hinweis:

Bei der Auswahl der Trailer-Vorlage erscheint unten links in der Ecke wie viele Darsteller benötigt werden. Dies kann hilfreich sein, um je nach Gruppengröße die richtigen Trailer zu wählen. Es empfiehlt sich alle Trailer anzusehen, bevor man sich für einen entscheidet. Hat man sich entschieden, tippt man oben rechts in der Ecke auf „Erstellen“.

Als nächstes erscheint eine Art Ringbuch, das zuerst ausgefüllt werden muss. Filmname, Besetzung, Studio, Abspann. Natürlich sind auch Fantasienamen erlaubt. Hat man alles ausgefüllt geht es weiter, indem man auf „Storyboard“ („Szenenbuch“) tippt. Links sieht man nun das Storyboard, rechts oben das fertige Bild und unten die auf dem iPad vorhandenen Videos, Fotos oder die Kamera.

Das Storyboard gibt genau vor, was als nächstes zu tun ist. Das erste Bild zeigt beispielsweise das Gesicht einer Person. Also geht man als nächstes unten rechts auf die kleine Kamera um eine Videoaufnahme zu starten: Aufgenommen werden

soll das Gesicht des Darstellers, der in der ersten Szene benötigt wird. Man hält das iPad auf das Gesicht gerichtet und tippt auf den roten Aufnahmeknopf. Will man sich den Trailer zwischendurch anschauen tippt man einfach auf das Playzeichen rechts in der Mitte.

Oben in der Mitte des Bildschirms befindet sich ein Fragezeichen. Tippt man es an werden die Symbole im Programm erklärt. Wer weitere Hilfe braucht tippt unten rechts in die Ecke auf „weitere Hilfe“.

In den blauen Feldern des Storyboards ist es möglich die Bildüberschriften zu ändern. Ist der Film fertig tippt man oben in der Mitte auf das Blattsymbol mit dem Stern. Um den Film zu speichern tippt man auf das Viereck mit dem Pfeil, der nach rechts zeigt. Möchte man das Programm während der Trailererstellung verlassen, ist es nicht nötig den Film extra zu speichern, da die App den Trailer automatisch speichert.

Das iPad kann an einen PC angeschlossen werden um die Trailerdatei zu sichern. Der PC erkennt das iPad als externe Festplatte. Über den Windows Explorer lässt sich auf das iPad zugreifen und die Datei kann auf den PC übertragen werden.

### Reflexion/Auswertung:

Beim gemeinsamen Ansehen des fertigen Trailers kann die Gruppe beraten was gut ist und was man hätte besser machen können. Sind mehrere Trailer in Kleingruppen entstanden, können die jeweils Unbeteiligten ihre (faire) Rückmeldung geben: Ist der Trailer verständlich? Ist die „Botschaft“ klar?

### Kurzbeschreibung:

Mit der VidRhythm App entstehen schnell kurze, lustige Musikvideos zur Einstimmung in die Projektarbeit

### Medienart:

Video/Audio

### Methodenform:

Angeleitetes Angebot

### Teilnehmenden-Anzahl:

Minimal: 4, maximal: 12

### Zeitdauer:

variiert nach Gruppe

### Mediale Lernziele:

- produzieren / publizieren
- sprechen
- gestalten
- sozial/kooperativ
- Medien kreativ nutzen
- Medien bedienen
- Spaß haben

### Zielgruppe:

Kinder / Jugendliche ab der 4. Klasse

Δ Autorin: Julia Graf

## Praxisbeispiel iMovie und VidRhythm

Im Rahmen der Projekttag „Mannemer sein“ entstanden am Elisabeth Gymnasium Trailerfilme zum Thema Mannheim. Die Schüler/innen überlegten sich Geschichten, die sie mit Mannheim verbinden und die in Mannheim spielen. Mit viel Engagement produzierten sie dann iMovie-Trailer, die durch den Einsatz von Kostümen und durch die schauspielerische Leistung zu echten Hinguckern wurden. Das fand auch die Jury des Schülermedien-

## Musikvideos mit VidRhythm

**Benötigte/s Technik/Material:**  
iPads, VidRhythm App (kostenfrei im Mac App Store / iTunes)

### Vorbereitung:

Zunächst sollte im Vorfeld sicher gestellt werden, dass die iPads über genügend Batterielaufzeit verfügen und dass die App auf dem Gerät vorhanden ist.

### Durchführung:

Mit der VidRhythm App lassen sich schnell kurze Musikvideos erstellen, die das Programm aus kurzen „Bild/Geräusch“-Aufnahmen zusammensetzt.

Zunächst öffnet man die App auf dem iPad und tippt auf „Choose a Song“. Im Folgenden werden verschiedene Lieder dargestellt, die man einfach durch Tippen auf das Lautsprechersymbol anhören kann. Möchte man ein Lied auswählen tippt man auf die Verlängerung des blauen Pfeils. Dann erscheint die Auswahl der „Styles“ für das Video. Hat man einen Style gewählt, werden die Sounds und das Video aufgenommen. Man hält die Kamera des iPads auf die Person, die das erste Geräusch macht und tippt auf „Rec“. Unter dem Symbol „Rec“ wird angegeben, welches Geräusch man machen muss. Wichtig ist, dass der/die Akteur/in das Geräusch macht, während der rote Rah-

men in der Aufnahme leuchtet. Nach der Aufnahme erscheint im ersten Geräuschkasten ein Playzeichen - tippt man darauf, kann man seine Aufnahme kontrollieren. Dann tippt man auf den nächsten Kasten, um das nächste Geräusch aufzunehmen. Am Ende, wenn alle Geräusche aufgenommen sind, tippt man unten auf den blauen Pfeil: Make Video Music! Und fertig ist das Musikvideo. Um das Video zu speichern einfach auf SaveGShare tippen und dann Save to Camera Roll, dann ist das Video auf dem iPad gespeichert und kann immer wieder angeschaut werden. Das iPad kann an einen PC angeschlossen werden um die Videos zu sichern. Der PC erkennt das iPad als externe Festplatte. Über den Windows Explorer lässt sich auf das iPad zugreifen und die Daten können auf dem PC gesichert werden.

### Reflexion/Auswertung:

Beim gemeinsamen Ansehen der Videos kann beraten werden, was gelungen ist und was man hätte besser machen können.

### Varianten:

Statt der vorgegeben Beats kann man z. B. auch einzelne Wörter sagen, die sich beispielsweise auf ein vorgegebenes Thema beziehen.

preises Baden-Württemberg 2012. Mit ihren Videos gewannen die Schüler/innen des Elisabeth Gymnasiums den dritten Preis. Bei einem Workshop mit dem Fanprojekt Mannheim Ludwigshafen entstanden mit der VidRhythm App kleine Musikvideos zum Thema Waldhoffs. Die Teilnehmer legten sich für die Videos ihre Fanschals um und ihre Waldhoftrikots an und feuerten ihren Verein an.

# Wordpress – Einfach und schnell eine attraktive Website bauen

## Kurzbeschreibung:

Wer schnell eine Website aufbauen will und dabei arbeitsteilig in einer Gruppe aktiv werden will, kommt an Wordpress kaum vorbei. Ursprünglich war Wordpress für Blogs gedacht, daher kann man Beiträge chronologisch anzeigen und jeweils einer oder mehreren frei erstellbaren Kategorien zuweisen. Die Kommentarfunktion und die Einbindung von Benutzern mit „Redakteurs“-Rechten erlauben Interaktivität. Durch einige Erweiterungen ist Wordpress auch erste Wahl zur Erzeugung einer traditionellen Website. Dabei ist Wordpress überschaubar und niedrigschwellig geblieben. Durch unzählige Freiwillige, die sog. „Themes“ für Wordpress gestalten, gibt es eine Fülle von Möglichkeiten, der eigenen Wordpress-Site per „Klick“ ein individuelles Design zu geben. Wordpress kann auf dem eigenen Server installiert werden. Noch schneller geht der Aufbau einer eigenen kostenfreien Website über [wordpress.com](http://wordpress.com).

## Medienart:

Web

## Methodenform:

Angeleitetes Angebot

## Teilnehmenden-Anzahl:

minimal: 4, maximal: 12

## Zeitdauer:

variiert nach Gruppe und Ziel – als grundlegende Einführung ab 2 Stunden

## Mediale Lernziele:

- produzieren / publizieren
- gestalten

- Medien kreativ nutzen
- Medien bedienen

## Zielgruppe:

Kinder / Jugendliche ab der 6. Klasse

## Benötigte/s Technik/Material:

Internetzugang, eine Wordpress-Installation (alternativ und schneller: über das kostenlose Angebot von [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com) in kürzester Zeit eine Website erstellen), ein Rechner zur inhaltlichen Bearbeitung der Website, evtl. Medientechnik (z. B. Digicams) um Medien (hier: Fotos) zur Verwendung auf der Blogseite zu produzieren.

## Vorbereitung:

Die wichtigste Vorbereitungsphase vor der eigentlichen Gestaltung einer Wordpress-Website ist die Strukturierung der Inhalte. Welche Informationen soll die geplante Website bereit halten? In einer Mindmap-Arbeitsphase können mögliche Inhalte gesammelt und gleichzeitig strukturiert werden. Das Menü bzw. der Seitenbaum der künftigen Website können dann nach der gemeinsam erarbeiteten Mindmap aufgebaut werden.

## Durchführung:

### Einloggen

Bei der Installation der neuen Website erhält der Erstnutzer = Administrator sein Passwort. In der Menüleiste links unter dem Punkt „Benutzer“ kann das Passwort geändert und ein eigenes Profil angelegt werden. Dort können auch weitere Benutzer mit abgestuften Rechten (Abonnent / Mitarbeiter / Autor / Redakteur / Administrator) eingerichtet werden.

## Theme auswählen

Der Menüpunkt Design ermöglicht es uns, ein Theme = Webdesign auszuwählen bzw. das Standard-Theme gegen ein anderes angebotenes auszutauschen (mit Vorschaumöglichkeit).

## Dashboard

Der wichtigste Ausgangspunkt aller inhaltlichen Bloggerei ist das Wordpress-Dashboard (im Menü links). Von dort aus kann man unschwer neue Artikel, Seiten, Kategorien und Schlagworte anlegen bzw. alte editieren. Auch die Genehmigung / Zurückweisung der letzten Kommentare ist von dort aus möglich.

## Artikel erstellen

Über den Menüpunkt „Artikel“ gelangt man auf die Übersicht der Artikel (= Blog-Beiträge, die standardmäßig chronologisch auf der Homepage angezeigt werden) und kann einen neuen Artikel erstellen oder einen vorhandenen aktualisieren. Funktionen wie „Bild einfügen“, „Link einfügen“, „Kategorie erstellen / zuteilen“ erschließen sich während der Arbeit fast von selbst. Eine wesentliche, zu wenig genutzte Möglichkeit ist der „Artikelumbruch“: Nur der Teil oberhalb der gestrichelten Umbruchlinie erscheint dann auf der Homepage (die dadurch an Übersichtlichkeit gewinnt), der Rest des Artikels wird durch Anklicken des Links „Weiterlesen“ angezeigt.

## Seite erstellen

Mehrere Artikel füllen chronologisch geordnet die Homepage. Wordpress ermöglicht aber auch die Anlage von kompletten Seiten, die dann wie ein Artikel editiert und aktualisiert werden. Die angelegten

Seiten erscheinen in der Reihenfolge ihrer Erstellung im Seitenmenü des gewählten „Themes“, oder sie werden in der Struktur des eigens angelegten „Menüs“ gezeigt:

## Menü erstellen

Unter dem Menüpunkt „Design“ links verbirgt sich u. A. der Untermenüpunkt „Menüs“. Dort kann man durch Anlage eines Menüs mit Drag&Drop eine verzweigte Seitenstruktur für die Wordpress-Website gestalten. Nicht vergessen: Das Menü speichern und das Menü dem „Theme“ zuordnen, so dass es im Design der Website erscheint.

Das Füllen der Website mit Artikeln und Seiten kann – je nach Umfang – Aufgabe einer Redaktionsgruppe sein, die

recherchiert, textet, fotografiert und die jeweiligen Inhaltelemente in die Artikel resp. Seiten einfügt. Dies wird erleichtert durch die oben beschriebene Möglichkeit, dass verschiedene Benutzer parallel an einer Wordpress-Site arbeiten.

Im Wordpress-Menü gibt es auch eine Hilfe-Funktion. Eine Fülle von Anleitungen und Tutorials für Wordpress findet man problemlos über eine Suchmaschine.

## Reflexion/Auswertung:

Eine Website ist so gut wie der „Traffic“, den sie erzeugt: Wie viele Menschen besuchen die Seiten? Welche Inhalte sind besonders attraktiv? Dafür gibt es eingebaute und aktivierbare Messwerkzeuge. Sinnvoll ist es aber auch, die Besucher/innen aktiv dazu zu befragen (z. B. mittels Umfragewerkzeugen). Die Ergebnisse können dann in der Redaktionsgruppe diskutiert werden.

## Tipps - so kann es gut gelingen:

Weiterführende Literatur: „Bloggen mit Wordpress für Kids“ von Johann-Christian Hanke, 288 Seiten, Verlag: bhv

## Varianten:

Typische Blogsites lassen sich kostenfrei z. B. auch mit dem zu Google gehörenden Dienst Blogger / Blogspot einrichten. Darüber hinaus gibt es eine Reihe von kostenfreien – teilweise werbefinanzierten – Websitediensten.

Δ Autor: Hans-Uwe Daumann

## Praxisbeispiel: [www.mannemersein.de](http://www.mannemersein.de)

2012 gingen zeitgleich die Wordpress-Site [www.mannemersein.de](http://www.mannemersein.de) und die facebook-Seite <https://www.facebook.com/mannemerseinonline>. Beide Webauftritte ergänzen sich: Die facebook-Seite spricht die Kernzielgruppe des Projekts an: Jugendliche. Die Website [www.mannemersein.de](http://www.mannemersein.de) ist der Ort der Inhalte: Fotos, Videos, Textinformationen sind überwiegend hier hinterlegt (u. A., um Urheberrechte und Datenschutz besser kontrollieren zu können). Sowohl der facebook-Auftritt als auch die Wordpress-Homepage sind interaktiv angelegt, fordern zu Kommentaren und Dialog auf. Beide sind chronologisch organisiert; auch auf der Wordpress-Site gibt es zeitlich angeordnete „Posts“, die allerdings viel ausführlicher und umfangreicher sind als typische facebook-Posts, und die über Kategorien / Schlagwörter nicht nur über die Zeitleiste erschlossen werden.

Um Kommunikation auf [www.mannemersein.de](http://www.mannemersein.de) in Gang zu setzen, ist eine intensive Publikationstätigkeit Voraussetzung. Im

„Backend“ ist ein ganzes Team abwechselnd am Werk; Wordpress erlaubt es, den „Nutzern“ unterschiedlich umfangreiche Rechte als „Redakteure“ resp. „Administratoren“ einzuräumen. Wer Diskussion will, muss Diskussionsthemen (immer wieder) anbieten. Der Austausch auf der Website wird intensiver, wenn in der „analogen Welt“ öffentlichkeitswirksame Projektaktivitäten stattfinden. Die Filmpremiere von „Mannemer sein“ 2012, die Veröffentlichung der DVD 2013 und die große Fotoaktion im Rahmen des „Nachtwandel“ 2013 waren Events, die die Kommunikation im facebook und auf der Wordpress-Site stark befeuert haben. Die Internetauftritte sind damit v. a. Kommunikationskanäle, über die die „Community“ des Projekts organisiert werden. Über den direkten „Fankreis“ hinaus werden Beteiligte und Zuschauer/innen der Projektaktivitäten erreicht und zur Rückmeldung ermutigt. Außerdem funktioniert die Wordpress-Site als ganz normale Website und bietet alle Grundlageninformationen zum Projekt, die online veröffentlicht werden sollten.



# Actionbound – Die Smartphone & Tablet-Schnitzeljagd

## Kurzbeschreibung:

Ihr kennt Eure Heimat? Entwickelt spannende Entdeckungstouren – entweder durch einzelne Orte und Städte oder auch durch die ganze Region.

## Medienart:

Video / Audio / Foto / Rallye

## Methodenform:

Angeleitetes Angebot

## Teilnehmenden-Anzahl:

Minimal: 2, Maximal: beliebig

## Zeitdauer:

variiert nach Gruppe

## Mediale Lernziele:

- produzieren / publizieren
- gestalten
- sozial / kooperativ
- Medien kreativ nutzen
- Medien bedienen
- Spaß haben

## Zielgruppe:

Kinder / Jugendliche ab der 7. Klasse

## Benötigte/s Technik/Material:

- Computer
- Internet / WLAN
- Tablets
- Ausgewählte App
- Schreibunterlagen (Papier und Stift), um eventuell Notizen zu machen

## Vorbereitung:

Zunächst sollte im Vorfeld sicher gestellt werden, dass die Handys/Tablets über genügend Batterie verfügen und dass die App auf dem Gerät vorhanden ist.



## Kosten:

Für private Nutzung (Einzelpersonen, Schule) ist Actionbound kostenlos.

**Kurzbeschreibung zur App:** Actionbound ist eine digitale Form einer interaktiven Schnitzeljagd bzw. eines Stationenlaufs. Die Spieler/innen können zu unterschiedlichen Themenfeldern eine Rallye anlegen. Eine Rallye (Bound) besteht dabei aus einem/mehreren Streckenabschnitt(en), der/die während des Spiels durchlaufen werden. Alle auf dem Webserver [www.actionbound.de](http://www.actionbound.de) erstellten Bounds sind mit der App kostenlos spielbar. Dabei können kleine Gruppen verschiedene Orte miteinander oder nacheinander aufsuchen. Die Handhabung der App ist einfach und bietet viele Möglichkeiten.

## Durchführung

Auch die Erstellung eines Stadtspiels oder „Bounds“ ist mit Actionbound einfach zu verwirklichen. Die Stationen sowie die Fragen/Antworten und Informationen können Kinder leicht einfügen.

Um die Actionbound-App zu spielen, muss zuvor im Browser auf [actionbound.de](http://actionbound.de) ein eigener Bound entstehen. Es empfiehlt sich, den Bound mit dem Computer anzulegen oder ein Tablet mit externer Tastatur zu nutzen.

- 1 Zuerst einen Account mit einer Mail-Adresse und einem Passwort einrichten.
- 2 Sobald die Anmeldung erfolgt ist, kann die Gruppe einen Bound anlegen, indem links unten der Button „Neuen Bound erstellen“ gedrückt wird.
- 3 Dann erscheint ein Feld, in das man den Titel des Bounds eintragen kann.
- 4 Der Bound kann nun mit Informationen gefüttert werden. Abhängig vom Thema können unterschiedliche Stationen / Fragen / Informationen und Antworten eingetragen werden. Die selbstständige Entwicklung der Fragen zu festgelegten Themenpunkten ist der wesentliche Teil eines Bound-Projekts.

- 5 Bound veröffentlichen und testen!

6 Der Bound ist fertig und kann gespielt werden! Bei einer Gruppengröße von 20 Jugendlichen kommen 5 Tablets oder Smartphones zum Einsatz. So entstehen 5 Kleingruppen à 4 Teilnehmer/innen. Die App muss zunächst auf dem Gerät installiert sein, dann den gewünschten Bound auswählen, Team und (Spitz-)namen eingeben und Bound starten.

Bei der Gestaltung des Bounds in den Kleingruppen müssen die Jugendlichen gemeinsam an den Fragen und den Antworten basteln. Dadurch arbeiten sie in einem Team, in dem es gilt, alle Anregungen und Ideen für die Gestaltung des Bounds zu beachten und anzunehmen. Hierfür müssen sie sich auszutauschen. Wenn am Ende der Arbeitsphase ein Produkt (Bound) steht, so ist dies eine Teamleistung, die das Wir-Gefühl stärkt.

## Reflexion/Auswertung:

Nach dem Ausprobieren bzw. Spielen des Actionbounds sollte die Gruppe über die Abhandlung und den Verlauf noch einmal reflektieren. Dies könnte in einem Stuhlkreis stattfinden, in dem jede Kleingruppe kurz darstellt, was ihnen gut oder weniger gut an der App bzw. dem Tablet und an der Arbeit am Actionbound gefallen hat. Ob es ihnen z. B. leicht gefallen ist, den Bound anzulegen?

## Varianten:

Eine ähnliche App wie Actionbound ist Placity; auch mit ihr lassen sich Schnitzeljagden, Stadtführungen und Rallyes gestalten: [www.placity.de](http://www.placity.de)

## Tipps - so kann es gut gelingen:

Am besten erst einmal selbst ein Spiel spielen oder ein kleines Übungsspiel entwickeln um die Möglichkeiten des Spiels kennen zu lernen. Falls man mit Fotos oder Videos arbeiten möchte, sollte man dafür ebenfalls Zeit einplanen bzw. schönes Wetter für Foto- und Videoaufnahmen nutzen.

Δ Autor/innen: Mario Di Carlo, Irma Podžić, Dr. Maren Risch

## Praxisbeispiel Schulerkundung / Stadterkundung

In der Integrierten Gesamtschule Mannheim Herzogenried (IGMH) haben wir mit der Klasse 9 d mit der App „Placity“ zwei Spiele entwickelt. Zunächst haben wir eine Rallye rund um die Schule erarbeitet. Die IGMH ist eine der größten Schulen Mannheims und gerade für neu ankommende Fünftklässler zu Beginn etwas groß und fremd. So entstand die Idee ihnen die Schule aus der Perspektive von anderen (älteren) Schüler/innen vorzustellen. Das Projekt war gleichzeitig ein idealer Einstieg um die Möglichkeiten der App auszuprobieren. Die Klasse machte Fotos an der Schule und dachte sich Ratefragen aus z. B.: „Wie viele Gitarren hängen über der Lehrerin?“, „Von wann bis wann ist das Schülercafe geöffnet?“. Diese Fragen und die dazu passenden Antworten wurden von den Schüler/innen per Video aufgenommen und in das Spiel eingebaut. Je nach Schwierigkeit der Fragen werden Punkte vergeben. Das Spiel kann nun auf einem Tablet in der Schule gespielt werden. In einer zweiten Phase haben wir ein Spiel außerhalb der Schule entwickelt. Die Aufgabe an die Schülergruppe war eine Tour für Schülergruppen von außerhalb Mannheims. Schüler/innen, die auf einem Ausflug nach Mannheim kommen, sollten innerhalb von ca. 90 Minuten das Stadtzentrum spielerisch erkunden. So entstand eine Rallye mit Quizstationen durch die Mannheimer Quadrate.

# Die Kampagne - das eigene Anliegen auf vielen Kanälen

## Kurzbeschreibung:

Wikipedia erklärt: „Eine Kampagne ist eine zeitlich befristete Aktion mit einem definierten Ziel, das durch geplantes und koordiniertes Zusammenwirken mehrerer Personen oder Akteure zu erreichen versucht wird.“ Oft wird der Begriff im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit verwendet: Es geht dann darum, der (lokalen) Öffentlichkeit oder einer Zielgruppe ein Anliegen zu vermitteln. Im Zeitalter digitaler Medien setzt das oft voraus, verschiedene „Kommunikationskanäle“ zielgerichtet zu bedienen. Eine Kampagne für (ein Thema im Bereich) Vielfalt und Toleranz kann also – je nach eigenen

Ressourcen und den Gewohnheiten der Zielgruppe – alte und neue Medien von Musik über Straßentheater, Kundgebung und Plakatierung bis hin zu Radio, Film, Website und „sozialen Medien“ nutzen und miteinander verknüpfen.

## Medienart:

Video/Audio/Foto/Web

## Methodenform:

Angeleitetes Angebot

## Teilnehmenden-Anzahl:

Minimal: 4, Maximal: 12

## Zeitdauer:

geeignet für eine AG oder Projektgruppe, die über Monate regelmäßig daran arbeitet.

## Mediale Lernziele:

- produzieren / publizieren
- reflektieren / kommunizieren
- sprechen
- gestalten
- sozial / kooperativ
- Medien kreativ nutzen

## Zielgruppe:

Kinder / Jugendliche ab der 7. Klasse

## Praxisprojekt Fußballspuren

Mit dem Fanprojekt Mannheim-Ludwigshafen haben wir bei „Mannemer sein“ von Anfang an gut zusammen gearbeitet. Wir führten zusammen mit dem Fanbeauftragten Martin Willig Medienworkshops (mit dem iPad) zum Thema „Mannemer sein als Fußballfan“ durch und lernten bei einer seiner Führungen durch den Stadtteil Waldhof auch die spannende Geschichte des Fußballvereins SV Waldhof Mannheim kennen. Daraufhin entstand die Idee gemeinsam mit jungen Fans des Vereins die besondere Geschichte des Vereins und des Stadtteils (Sepp Herberger und Otto Siffling lebten dort) in Form einer Quizrallye - der „Waldhof-Tour“ - zu gestalten. Das Spiel fordert die Spieler auf sich in den Stadtteil zu begeben und dort Rätsel zu lösen und Fragen zu beantworten.

So lernen sowohl jüngere Fans als auch andere Interessierte die traditionsreiche Geschichte des SV Waldhof Mannheim 07 kennen. Die „Waldhof-Tour“-Spieler kommen z. B. am Geburtshaus von Otto Siffling vorbei und erfahren, was es mit den „Kellerlöchels“ auf sich hatte. Für die Waldhof-Tour wurden eigens kleine Videospiele mit aktuellen und ehemaligen Waldhofgrößen gedreht, die in das Spiel eingebaut wurden. Sie erzählen von ihrer Leidenschaft oder stellen Fragen an die Spieler. Das digitale Stadtspiel wird begleitet durch die „Waldhof-Guides“. Die Guides begleiten Interessierte bei der Tour, um ihnen weitere Hintergrundinformationen zu geben und als Ansprechpartner bei Schwierigkeiten zu fungieren. Außerdem halten die beteiligten Jugendlichen das Spiel aktuell, indem sie z. B. Ergänzungen einbauen. Die Guides sind auch in der Lage, mit Jugendgruppen eigene „Bounds“ zu erarbeiten und einzurichten. Weitere Infos zum Spiel: [www.waldhof-tour.de](http://www.waldhof-tour.de)

## Benötigtes/s Technik/Material:

Je nach den eingeplanten und benutzten Medien

## Vorbereitung:

Die Vorbereitung und Durchführung einer Kampagne setzt planvolles Handeln voraus. Die Kampagne verlangt eine klare Ziel-Mittel-Relation: Mit den eingesetzten Methoden und Strategien wird ein gemeinsames Ziel verfolgt. Nach Abschluss der Kampagne sollte es möglich sein, den Erfolg oder Misserfolg der Anstrengung möglichst an Hand messbarer Kriterien überprüfen zu können. Kampagnen setzen oft ein kleines Sachkostenbudget voraus, und in vielen Fällen ist es interessant, professionelle Kommunikatoren (Journalisten, Filmer, Grafiker) als Berater heranzuziehen.

## Durchführung:

Kampagnen verlangen und fördern Projektmanagement. Eine Kampagne baut sich aus mehreren Phasen auf:

### ■ Ziel & Zielgruppe festlegen

Die Kampagnengruppe formuliert ihr Anliegen, die Botschaft der Kampagne. Sie legt die Zielgruppe fest (Wer soll erreicht werden?) und das Ziel (was soll erreicht werden? Information der Zielgruppe, Änderung von Einstellungen und Verhaltensweisen? Soll mit der Kampagne ein konkretes Ziel erreicht, eine Entscheidung beeinflusst werden?).

### ■ Strategie entwickeln

Die Kampagnengruppe trifft strategische Entscheidungen: Wie und wo kann die Zielgruppe erreicht werden? Wie und bei welcher Gelegenheit kann Aufmerksamkeit geweckt werden? Wie kann ein bleibender Effekt erzielt werden? Welche (analogen und digitalen) Medien sollen zum Einsatz kommen? Wie lautet das Schlagwort, der Aufruf, der „Claim“, der bei der Zielgruppe haften bleiben soll?

### ■ Konzept ausarbeiten

Die Feinplanung setzt z. B. voraus, dass der Zeitraum der Kampagne und die Ressourcen (Finanzen, Materialien, Medien und Medienpartner) festgelegt werden. Auf dem Zeitstrahl können die Elemente der Kampagne angeordnet werden: Flyer / Plakate / Radio- oder TV-Sendung / Öffentlichkeitsaktion / Social Media / Onlinepetition o. Ä. in einer zielführenden Abfolge. Zum Konzept gehört auch die Aufgabenverteilung: Wer ist für bestimmte Aufgaben besonders gut geeignet resp. interessiert sich dafür? Wer hat wann Zeit? Dazu gehört auch die Planung, wie mit Resonanz umgegangen wird: Wer beantwortet Presseanfragen? Wer moderiert Kommentare in den Social Media?

### ■ Vorhaben gemeinsam umsetzen

Nun kann die Kampagne ins Werk gesetzt werden. Gemeinsam und arbeitsteilig werden die im Konzept geplanten Medienprodukte und -aktionen realisiert. Die Kreativität der Kampagnengruppe ist nun am meisten gefragt. Alles, was in der Kampagne nach außen getragen wird, soll auffallend, wirksam und möglichst nachhaltig sein. Die verschiedenen Medien der Kampagne müssen sich aufeinander beziehen, um einen möglichst guten Effekt zu erreichen. Jetzt ist gute Teamarbeit gefragt. (vgl.: „Kampagnenumsetzung bei Kajuto“, [www.kajuto.de](http://www.kajuto.de))

## Reflexion/Auswertung:

Die Durchführung einer Kampagne schärft das Bewusstsein für das gesetzte Thema und rückt sowohl das eigene Verhältnis dazu als auch die Haltung der Zielgruppe ins Zentrum der Aufmerksamkeit. Gleichzeitig wird die Funktionsweise der Medien bzw. werden Kommunikationsstrategien von Medienkampagnen beleuchtet. In der Auswertung sind daher eine Reihe von Fragen interessant: Was hat die Kampagne bei den Autoren bewirkt, also bei der Kampagnengruppe? Was hat sie bei der

Zielgruppe bewirkt? Wurde das gewünschte Ziel erreicht? Warum ggf. nicht? Welche der Aktivitäten der Kampagnengruppe waren wirksam, welche nicht? Was waren Gründe für den Erfolg bzw. den Misserfolg?

## Tipps - so kann es gut gelingen:

Das Projekt „Mannemer sein“ bietet eine Reihe von Anregungen und Erfahrungswerten, wie kleine Kampagnen gelingen können. Das inhaltlich ähnliche Projekt KaJuTo ([www.kajuto.de](http://www.kajuto.de), Kampagnen von Jugendlichen für Toleranz, JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis) hat weitere anregende Erfahrungsberichte aufzuweisen. Professionelle Werbespezialisten, Grafiker, Fotografen oder Social Media Experten sind oft bereit, ihr Wissen beratend oder unterstützend in den Dienst einer Jugendkampagne zu stellen. Kontakte zu professionellen Medien (Lokalzeitungen und -radios) und Bürgermedien (Nichtkommerzielle Lokalsender und Offene Kanäle) sind ebenfalls hilfreich. Eine Kampagne wirkt glaubwürdiger, wenn die Kommunikatoren (also die Kampagnengruppe) selbst von ihrem Anliegen überzeugt ist und die Botschaft der Kampagne auch persönlich herüberbringt.

## Varianten:

Kampagnen sind gut im Zusammenhang mit Formen der Jugendbeteiligung einzusetzen. Jugendliche haben Wünsche, was die Gestaltung ihres Umfelds, ihres Quartiers, ihrer Stadt betrifft? Mit einer Kampagne gewinnen sie Unterstützer, Netzwerkpartner und öffentliche Aufmerksamkeit. Kampagnen können besonderen Spaß machen, wenn sie mit einer fantasievollen „Offline“-Aktion verbunden sind – wenn die Jugendlichen der Kampagnengruppe z. B. bei einem Event direkt auf ihre Zielgruppe treffen.

Δ Autor: Hans-Uwe Daumann

## Software-Tipps, Adressen, weiterführende Links

### iMovie (iOS)

Zum Erstellen und Schneiden von Videos und Trailern

**Bezugsquelle:** iTunes

**Preis (2014):** 4,49 €

**Altersbeschränkung:** 4+

**Alternative App:** Keine

### Comic Life (iOS)

Zum Erstellen von Comics

**Bezugsquelle:** iTunes

**Preis (2014):** 4,49 €

**Altersbeschränkung:** 4+

**Alternative App:** ComicBook (iOS, Android)

### VidRhythm (iOS)

Erstellen von Audio- und Video-Remixen

**Bezugsquelle:** iTunes;

**Preis (2014):** kostenfrei

**Altersbeschränkung:** 9+

**Alternative App:** Keine

### Actionbound (iOS, Android)

Erstellen eines Quiz/Stadtrallye

**Bezugsquelle:** iTunes, Google Play

**Preis (2014):** kostenfrei für die private

Nutzung, Alternative App: Placity

**Altersbeschränkung:** 4+

## Kreative Computersoftware (Windows / Mac) und Webanwendungen

### Premiere Elements 11/12

(Windows / Mac)

Schneiden von Filmen

**Bezugsquelle:** diverse online und offline;

**Preis:** schwankt

### Audacity (Windows / Mac)

Erstellen und Editieren von Audiobeiträgen

**Bezugsquelle:** <http://audacity.sourceforge.net>

**Preis:** kostenfrei

### Wordle

Erstellen einer „word cloud“ (Wortwolke)

**Webadresse:** <http://www.wordle.net/>

**Benutzung:** kostenfrei

### edura.fm

Online-Radiportal zum Einstellen fertiger

Beiträge und ganzer Webradiosendungen

**Webadresse:** <http://edura.fm>

**Benutzung:** kostenfrei

## Links zu „Mannemer sein“ und zu Kooperationspartnern

### [www.mannemersein.de](http://www.mannemersein.de)

– die Wordpress-Website des Projekts

### [www.medienundbildung.com](http://www.medienundbildung.com)

– mit vielen Tipps und Materialien für die praktische Medienarbeit

### [www.waldhof-tour.de](http://www.waldhof-tour.de)

– das Fanprojekt Mannheim hat nicht nur eine eigene App, sondern auch jugendliche „Waldhof Guides“.

### [www.toleranz-mannheim.de](http://www.toleranz-mannheim.de)

– Die Konferenz „Mannheimer\*innen für Vielfalt und Toleranz“, der Mannheimer Aktionsplan, Fotos, Videos und mehr.

## Praktische Adressen

### ..... medien+bildung.com gGmbH

Turmstraße 10

67059 Ludwigshafen

info@medienundbildung.com

### ..... Koordinierungsstelle des Mannheimer Aktionsplans für Toleranz und Demokratie (MAP)

Stadt Mannheim, Abt. Beauftragter für Integration und Migration

Rathaus / E 5

68159 Mannheim

### ..... Filmbüro Mannheim

Neckarpromenade 46, 68167 Mannheim

info@filmbuero-mannheim.de.

info@girlsgomovie.de

### ..... Stadtmedienzentrum Mannheim

Collinistrasse 1, 68161 Mannheim

pmz@mannheim.de

### ..... OK-TV Ludwigshafen

Prinzregentenstraße 48

67063 Ludwigshafen

mail@ok-lu.de

### ..... bermuda.funk Freies Radio

RheinNeckar e.V.

Alte Feuerwache

Brückenstraße 2 - 4, 68167 Mannheim

info@bermudafunk.org

## Förderung, Danksagung, Team, Impressum

„Mannemer sein“, „Mannemer sein 2 – 360 Grad im Quadrat“ und „Mannemer sein 3 – Say it loud!“ sind Projekte von medien+bildung.com im Rahmen des Mannheimer Aktionsplans für Toleranz und Demokratie, gefördert im Rahmen des Bundesprogramms „TOLERANZ FÖRDERN - KOMPETENZ STÄRKEN“

### ..... Wir danken:

Kristin Lauer, Design und Gestaltung, Erkan Sezer, Fotografien

Den Protagonisten/innen des Films: Ibrahim Alboga, Jagoda Michalska, Phillipp

Michalski, Frederic Michalski, Annika Komanns, Hamidou Bouguerra, Alicia Gasco,

Melanie Meinhardt

### ..... Unsere Kooperationspartnern:

■ Creative Factory im Gemeinschaftszentrum Jungbusch, Lisa Massetti

■ Fanprojekt Mannheim-Ludwigshafen Sportkreis Mannheim e.V., Martin Willig, Thomas Balbach

■ SW Waldhof Mannheim, Werner Brückl, Günter Sebert, Kenan Kocak

■ Elisabeth Gymnasium, Nicole Krenzer, Heiner Kress, Manuela Weiss

■ Helene Lange Schule, Stephanie Schmelzer, Julia Lustig, Dr. Patrick Häffner

■ Waldhof AG der Karl-Drais-Schule, Christian Schrepp, Jens Drescher

■ IGMH, Heike Ruthig, Lore Seifert, Tanja Dieminger, Stefanie Ansoerge, Sebastian Freitag

■ BIG Lindenhof, Sandra Madalenko, Jens Flammann

■ Ikubiz, Monika Münch, Engin Öktem

■ Karl-Friedrich-Gymnasium, Karin Olliges

■ Muslimische Hochschulgruppe Universität Mannheim

Dem Begleitausschuss des Mannheimer Aktionsplans und dem Migrationsbeirat der Stadt Mannheim

Dem Beauftragten für Integration und Migration Claus Preißler und dem Team Daphne Hadjiandreou-Boll, Andreas Schmitt, Jürgen Martin, Dorothee Schmitt

Außerdem von der Stadt Mannheim Manuela Baker-Kriebel, Christine Haller, Klemens Hotz, Tabea Jung, Claire Ludlow, Rolf Schäfer und vom Stadtmedienzentrum Wilfried Bub und Stefan Klinga

Dem Entwicklerteam „Placity“: Benedikt Dassler, Niels Münzenberger, Fabian Kögel, Leonard Nürnberg, Johannes Schantz

Dem Team von medien+bildung.com und unseren stets motivierten Praktikanten/innen Janna Kruse, Bettina Zäh, Christian Kleer, Sven Seltsam, Thomas Lang, Max Woller-Andorff

### Impressum

**Redaktionsgruppe:** Hans-Uwe Daumann,

Mario Di Carlo, Julia Graf

**Fotos:** medien+bildung.com, Erkan Sezer

**Layout:** Kristin Lauer, Laden 118

medien+bildung.com gGmbH

Lernwerkstatt Rheinland-Pfalz

Turmstr. 10

67059 Ludwigshafen

info@medienundbildung.com

Tel.: +49 621 / 52 02 256

Fax: +49 621 / 52 02 230

**Geschäftsführerin:** Katja Friedrich

**Sitz der Gesellschaft:** Ludwigshafen

**Gesellschafter:** Landeszentrale für

Medien und Kommunikation

**Registernummer:** HRB 60647

**Gerichtsstand:** Amtsgericht Ludwigshafen

medien+bildung.com gGmbH

Turmstraße 10  
67059 Ludwigshafen  
info@medienundbildung.com



Eine Veröffentlichung von medien+bildung.com im Rahmen des Mannheimer Aktionsplans für Toleranz und Demokratie. Gefördert im Rahmen des Bundesprogramms "TOLERANZ FÖRDERN - KOMPETENZ STÄRKEN"