

#h2i - Konzept Schul-Workshops (ZIM-Papier)

Schul-Workshop Tag 1 (6 UST)

WS 1 Kritische Auseinandersetzung mit Influencing

UST	Zeit in Min	Titel	Ziel	Inhalt	Methode
1	5	Begrüßung	SuS wissen, wer was mit ihnen im WS machen wird.	Vorstellung, WS-Plan, Einleitung, Orga	Input
1	5	Vorstellungsrunde	Jeder im Raum hat sich kurz vorgestellt.	Jede Person nennt ihren Namen und 2 Hashtags, die zu ihr passen.	Großgruppe, #Hashtagrunde: Robert, #Bike, #neugierig
1	30	Placemat	SuS machen sich klar, was sie unter Influencing verstehen.	Stille Gruppendiskussion und Aushandlung in der Gruppe zur Begriffsbestimmung "Influencing"	Placemat Gruppenarbeit m. Flipchartpapier
1	5	Rückblick eigene Projektideen aus der Auftaktveranstaltung	SuS nehmen ihre eigenen Entwürfe zur Kenntnis und erinnern sich an ihre Projektidee.	ausgedruckte Fotos der Projektideen verteilen, anschauen und in Gruppe darüber sprechen	Gruppenarbeit, Review Ihr habt die Freiheit zu ändern Teamer schauen über Schulter
1	10	Rückblick auf die Kriterien	SuS haben die Kriterien zur Bewertung ihrer Kanäle verstanden.	Kriterien V1.0	Großgruppe, Wer kann welches Kriterium zusammenfassen? Habt ihr Verständnisfragen?
2	15	Input - Rechte und	SuS erhalten einen Überblick über	Präsentation und Handout	Präsentation vor der Großgruppe,

		technische Voraussetzungen Input	rechtliche Fragen und wissen, was technisch notwendig ist, um einen Youtube- bzw. einen Instagramkanal zu eröffnen (z.B. E-Mail etc.).		Fragen?
2	5	Ziele S.M.A.R.T.	SuS verstehen, was ein smartes Ziel ist und warum es wichtig ist, eins zu haben.	Präsentation Redaktionsmanagement Was hat da Ziel mit Influencing zu tun?	kurzer Input Handout Ziele S.M.A.R.T
2	10	Input Youtube vs. Instagram	SuS kennen die Möglichkeiten, Vor- und Nachteile von Youtube und Instagram.	Beispiele von zwei YouTube und zwei Instagramkanälen zeigen. Wer ist eigentlich dieser Robin - youtube kanal variousgandgould Instagram Kanal	Präsentation von verschiedenen Kanälen in Großgruppe Gegenüberstellung Youtube Instagram auf Postern (mit Gruppe sammeln, dann selbst ergänzen)
2	10	Diskussion Youtube vs. Instagram	SuS haben sich zu Vor- und Nachteilen von Youtube und Instagram ausgetauscht und Position bezogen.		Kugellager - Diskussion Pro-Kontra Youtube - Instagram Fragen:
3	15	Thema, Ziel und Kanal festklopfen	SuS haben das Ziel ihres Projekts inkl. Benennung des Themas und Plattform gemeinsam erarbeitet	Jede Gruppe hat ein s.m.a.r.t.-es Ziel	Gruppenarbeit Cluster und Voting auf Papier formulieren
3	30	Redaktionsplan für die ersten 3 Posts	SuS haben Redaktionsplan erstellt und erste drei Posts geplant	Redaktionsplan für die ersten drei Posts ist ausgefüllt	Kleingruppenarbeit, Ausfüllen des Aktionsplans

4	45	Einrichten und Testen der Werkzeuge	SuS haben mehrere relevante Werkzeuge für Bild- und Videobearbeitung kennengelernt und haben sich einen Account geklickt.	MP sollte nach Vorwissen des Teams entscheiden, was erklärt werden muss. Instagram YouTube Canva (für Bild-Text Collagen) Filmora Go - Für Videoschnitt	
5	45	Erstellung des ersten Posts	SuS haben ersten Post in ihrem Kanal gepostet	Inkl. Medium (Foto oder Video), Text, Hashtags,	Kleingruppe
6	20	Präsentation der Kanäle und des ersten Posts	alle SuS haben ihre Kanäle inkl. erstem Post ihrer Klasse präsentiert	Kanäle werden über Smartboard oder Leinwand präsentiert	Kleingruppenpräsentation und Feedback (Feedback soll auch direkt auf den Kanälen gegeben werden). Was hat der Beitrag mit Influencing zu tun?
6	15	Was hat der Beitrag mit Influencing zu tun?	Die SuS stellen einen Bezug zwischen ihrem Thema und der zentralen Projektfrage her: "How to Influence?"		Reflexionsrunde
6	5	Wie geht's weiter	alle wissen, was bis zum nächsten Treffen passieren sollte		Kurze Vorstellung des Programms für den zweiten WS Tag Motivation für die gemeinsame Arbeit

Schul-Workshop Tag 2 (6 UST)

WS 2 Influencing + Kommunikationsstrategie

1. Auswertung der ersten Posts, weiteren besseren Post entwickeln
2. Zwischenergebnisse besprechen
3. Influencing, Kampagnenentwicklung
4. Kommunikationsstrategie

UST	Zeit	Titel	Ziel	Inhalt	Methode
1	5	Begrüßung	SuS wissen, wer was mit ihnen im WS machen wird.	Vorstellung, WS-Plan, Einleitung, Orga	Input
1	10	Icebreaker	Einstimmung, Teamarbeit	Kooperationsspiel	tba
1	30	Vorstellung der bisherigen Ergebnisse	Alle sind auf dem selben Stand, alle haben Feedback erhalten	Präsentation - Was ist seit dem letzten Mal passiert?	Kurzpräsentation jeder Gruppe
2/3	60	Was ist Influencing? Was ist eine Kampagne?	SuS verstehen, was eine Kampagne ist	Welche Elemente machen eine Kampagne aus? Wie löst man Emotionen aus? Was können Ziele für Kampagnen sein? kreative instagramkampagnen erfolgreiche Kampagnen soziale Kampagnen Beispielkampagnen IRC, lovewaterorg, Ostboys Edeka:	Antworten clustern Beispielkampagnen und Videos zeigen und Ziele und Wirkung besprechen <ul style="list-style-type: none"> - Werbekampagne (Coca Cola o.ä.) - Wahlkampagne (letzte BTW oder Europawahl) - Öffentlichkeitskampagne (Recycling o.ä.) Welche Ziele haben die

				https://www.youtube.com/watch?v=SSvauJ7v5K0	<p>Kampagnen (Verkauf, Branding, Öffentlichkeit herstellen)</p> <p>Welche Elemente haben die Kampagnen (Poster, Werbespots, Videos, Social Media etc.)</p> <p>Was lösen die Kampagnen aus (Betroffenheit, Motivation, Trauer, Freude etc.)</p> <p>Elemente anhand der 3 Sphären vorstellen und durch SuS an Lieblingsinfluencern identifizieren lassen!</p>
3	15	Kommunikationsstrategie: Einsatz von Hashtags	TN verstehen, wie ein Hashtag eingesetzt werden kann	#lifeinberlin #quotes	
3	15	Kommunikationsstrategie: Teil einer Community sein	TN verstehen, wie man Follower gewinnt	following others, influencer bitten, seinen Kanal zu liken, andere Kanäle kommentieren und auf seinen Kanal hinweisen etc., andere Arten der PR	
4	30	Entwicklung der eigenen Kampagne	TN entwickeln eine Kampagne innerhalb ihres Kanalkonzepts	Kanalkonzepte werden unter Einbeziehung der Merkmale für	Kleingruppenarbeit mit Hilfe des Medienpädagogen

				Kampagnen überarbeitet und Konzept für die nächsten drei Posts erstellt,	
4/5	60	Erstellung von mind. einem weiteren Post	TN posten ihren nächsten Beitrag für ihre Kampagne	TN produzieren ihren nächsten Beitrag	Kleingruppenarbeit
6	20	Präsentation der Ergebnisse	Alle Gruppen haben ihre Ergebnisse präsentiert und feedback erhalten		Präsentation und Feedback
6	20	Was hat der Beitrag mit Influencing zu tun?	Die SuS stellen einen Bezug zwischen ihrem Thema und der zentralen Projektfrage her: "How to Influence?"		
6	5	Wie geht's weiter	TN kennen ihre Aufgaben bis zum nächsten Treffen		

Schul-Workshop Tag 3 (4 UST)

WS 3 Zusammenfassung und Endspurt vorbereiten

1. Zwischenergebnisse besprechen
2. Vorbereitung der Teamer*innen: Teamer*innen haben Überblick über die Kanäle, die sie begleiten!

UST	Zeit	Titel	Ziel	Inhalt	Methode
1	5	Begrüßung	SuS wissen, wer was mit ihnen im WS machen wird.	Vorstellung, WS-Plan, Einleitung, Orga	Input
1	10	Icebreaker	Einstimmung, Teamarbeit	Kooperationsspiel	tba
1	20	Erfolge und Herausforderungen identifizieren	SuS kennen die Stärken und Schwächen ihres Kanals.	Jedes Team formuliert bisherige Erfolge und Herausforderung in der Arbeit	Stille Moderationskarten, Arbeitsblatt
1	10	Kurzvorstellung Erfolge und Herausforderungen	Trainer*in kennt die Stärken und Schwächen der 3 Teams.		
2	30	Social-Media-Strategien	Die SuS wissen wie ihr Auftritt mit Blick auf die Challenge verbessert werden kann.	Mit Trainer*in überlegen die 3 Teams gemeinsam wie sich der Kanal verbessern lässt: Call-to-Action Umfragen erstellen Offline-Aktivitäten starten Aktuelle Themen nutzen Follower aktiv ansprechen Reichweitenziel ausgeben Kontroverse Debatten anstoßen (Skandal, Tabu) Hashtags falsch nutzen Clickbait	Gruppengespräch Trainer*in berät sich mit seinen 3 Teams und sammelt mit ihnen Vorschläge

2	15	Redaktionsplan für die letzten 3 Posts	SuS haben Redaktionsplan erstellt und erste drei Posts geplant	Redaktionsplan für die ersten drei Posts ist ausgefüllt	Kleingruppenarbeit, Ausfüllen des Aktionsplans
3	45	Erstellung eines weiteren Posts	SuS haben einen weiteren Post in ihrem Kanal gepostet	Inkl. Medium (Foto oder Video), Text, Hashtags,	Channel-Team
4	20	Präsentation der Ergebnisse	Alle Gruppen haben ihre Ergebnisse präsentiert und feedback erhalten		Präsentation und Feedback
4	15	Auf die Zielgerade	SuS wissen, worauf es ankommt...	Kriterien, Interaktion, Beiträge	
4	10	Letzte Fragen	SuS können noch einmal letzte Fragen stellen und Verabredungen mit Trainer*innen treffen.		

Mögliche Zusatzchallenges:

- Macht eine Umfrage mit #Hashtag zu eurem Thema
- Macht eine Post, der nur aus Worten, besteht zu eurem Thema
- Macht ein Vorher-Nachher zu eurem Thema
- Macht eine "Pro-Kontra", "Lifehack" oder "5 Dinge, die" zu eurem Thema

Weiterführendes Material

- Markus Gerstmann: https://dev.gmk-net.de/wp-content/uploads/2018/06/nrw-fachtagung_influencer_wsb_folien_gerstmann.pdf

- Renate Röllecke: https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/281526/folgen-likes-posten-was-kinder-und-jugendliche-an-influencern-und-sozialen-netzwerken-fasziniert?pk_campaign=nl2019-01-30&pk_kwd=281526
- Y-Collective: <https://www.youtube.com/watch?v=LsMxVqzuxdI>
- Y-Collective: <https://www.youtube.com/watch?v=ogja5YT7Wfc>
- Perlen des Influencer Marketings: <https://www.facebook.com/influencerperlen/>