

Scrollen – Posten – Mitgestalten

Politische Partizipation
mit Social Media



#RespektBW

LMZ  LANDESMEDIENZENTRUM
BADEN-WÜRTTEMBERG

Inhaltsverzeichnis

1. Kurzbeschreibung	3
2. Bildungsplanbezug	4
3. Vorbemerkungen	5
4. Diese Technik wird benötigt	5
5. Workshopverlauf	6
6. Weiterführende Materialien	10
7. Hinweis	11
8. BITTE WAS?! Kontern gegen Fake und Hass	11
9. Impressum	12
10. Quellenverzeichnis	12

Thema: Politische Partizipation und Teilhabe in der digitalen Welt, v. a. auch für Minderheiten

Medienprodukt: Social-Media-Kampagne

Klassenstufe: 7–10

Fächer: Ethik, Gemeinschaftskunde

Umfang: 90 Minuten, auch im Rahmen eines Workshops denkbar

Technik: Tablets (oder PCs), ein digitales Abfragetool wie minnit', ein Kreativ-Gestaltungstool wie Adobe Express oder ein Präsentationsprogramm wie PowerPoint (alternativ Moderationskarten, Tonpapier und Marker), Beamer oder interaktives Whiteboard

1. Kurzbeschreibung

Im Mittelpunkt der Medienpädagogik haben sich Handlungsorientierung und aktive Medienarbeit etabliert. Nutzer/-innen von Medien werden als aktiv angesehen und nicht ausschließlich als Rezipientinnen und Rezipienten, die von positiven oder negativen Wirkungen betroffen sind. Durch ihre Rolle als Medienproduzierende können sie die Entstehung von medialen Inhalten und die Unschärfen besser nachvollziehen.¹ Denn aktive Medienarbeit bedeutet „die Be- und Erarbeitung von Gegenstandsbereichen sozialer Realität mit Hilfe von Medien“².

Soziale Medien sind ein fester Bestandteil des Alltags von jungen Menschen und bieten viele verschiedene Ansätze und Möglichkeiten, um Medienbildung in den Schulen umzusetzen. So ermöglichen soziale Medien beispielsweise Partizipation und Teilhabe, vor allem für marginalisierte Menschen.³ In diesem kompakten Unterrichtsmodul wird aufgezeigt, wie soziale Medien Menschen befähigen können, aktiv an gesellschaftlichen Prozessen mitzuwirken, ihre Meinungen zu äußern und – im besten Fall – gemeinsam Veränderungen zu gestalten.



Dabei ist zu beachten, dass in Lerngruppen immer eine gewisse Heterogenität besteht und auch unter den Lernenden marginalisierte Personen mit Diskriminierungserfahrungen sein können. Das erfordert seitens der Lehrkraft Diskriminierungssensibilität sowie eine erhöhte Aufmerksamkeit für die Bedürfnisse der Jugendlichen. Daher sind unter [6. weiterführende Materialien](#) verlinkt, die bei der Vorbereitung behilflich sein können.

Das Modul beginnt mit einer Abfrage, die digital erfolgen kann: Was wünschen sich die Lernenden für die Schule der Zukunft? Anschließend überlegen sie, wie dieser Wunsch als Forderung digital geäußert werden kann. Hierzu planen sie in Kleingruppen eine Social-Media-Kampagne. Die Plattform TikTok wird vorgegeben, Alternativen werden allerdings auch aufgezeigt (Instagram oder die analoge Erstellung von Plakaten können als weitere Möglichkeiten angegeben werden). Zur Aufgabe gehört ebenfalls, herauszuarbeiten, welche Kriterien eine solche Kampagne als gelungen und erfolgreich auszeichnen und was die Vorteile davon sind, ein Anliegen auf digitalem Weg bekannt zu machen.

Als Ideenpool können der Lehrkraft folgende Beispiele auf TikTok dienen:

- [#blacklivesmatter](#) (Hashtag als „Slogan der mutmaßlich größten Protestbewegung der US-amerikanischen Geschichte“⁴)
- [@bitte_was](#)⁵ (Kampagne gegen Fake und Hass online sowie offline)
- [@raul.krauthausen](#)⁶ (Aktivist für Inklusion und Barrierefreiheit)



Was ist eigentlich eine Social-Media-Kampagne?

„Mit Social-Media-Anwendungen stehen zahlreiche neue Möglichkeiten zur Verfügung, um Öffentlichkeit herzustellen, öffentlichen Diskurs zu pflegen oder auch nur Bewertungen abzugeben.“⁷ Deshalb stellen Social-Media-Kampagnen gezielte Maßnahmen dar, um diese Ziele zu erreichen. Ziele können sein, Produkte bzw. Dienstleistungen zu bewerben oder bestimmte Botschaften zu verbreiten. Meist bestehen Kampagnen aus einer Serie von Beiträgen, Videos etc. Hierzu gibt es verschiedene Ansätze und Tipps. Zehn Tipps und Vorlagen finden sich beispielsweise bei [Canva](#)⁸.

2. Bildungsplanbezug

Fach	Klasse	Bildungsplanbezug (BW 2016)
Ethik	7–10	3.1.3.1 Handeln in der medial vermittelten Welt ⁹ und 3.2.3.1 Werte und Normen in der medial vermittelten Welt ¹⁰
Gemeinschaftskunde	7–10	3.1.3.3 Politischer Willensbildungsprozess in Deutschland ¹¹

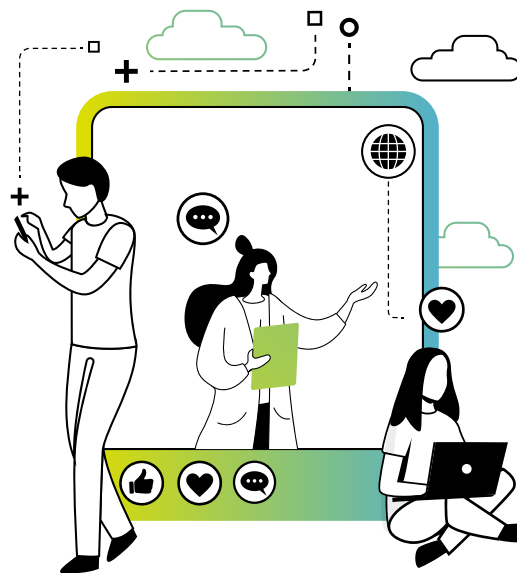
Fächerunabhängig eignet sich das vorliegende Material auch für die Umsetzung der Leitperspektive Medienbildung, deren Ziel es ist, „Kinder und Jugendliche so zu stärken, dass sie den neuen Anforderungen sowie den Herausforderungen dieser Mediengesellschaft selbstbewusst und mit dafür erforderlichen Fähigkeiten begegnen können“¹².



3. Vorbemerkungen

Soziale Medien gehen nicht nur mit Risiken und Herausforderungen einher, sondern sie ermöglichen auch Partizipation und Teilhabe, besonders für marginalisierte Menschen. Denn das Weltbild von Menschen wird neben den traditionellen Massenmedien (wie Fernsehen, Radio, Zeitungen und Zeitschriften) auch stark von sozialen Medien beeinflusst. Marginalisierte Gesellschaftsgruppen sind in traditionellen Medien „unter- oder misrepräsentiert“¹³ und auch digitale Ungleichheiten (wie beispielsweise große Plattformen, die entscheiden, welche Perspektiven sichtbar beziehungsweise unsichtbar sind) führen zu ungleichen Sichtbarkeitschancen. Durch soziale Medien wie TikTok können diskriminierte Menschen eine Stimme erhalten und sichtbar werden. Durch eine Förderung von vielfältigen Stimmen und Perspektiven wiederum kann eine sozial gerechtere Medienlandschaft geschaffen werden, „die alle Mitglieder der Gesellschaft in ihrer ganzen Vielfalt anerkennt und wertschätzt“¹⁴. Des Weiteren kann die Repräsentanz von verschiedenen Lebensrealitäten empowernd für Menschen sein, die selbst Marginalisierungserfahrungen machen und Social-Media-Plattformen lediglich passiv als Konsumentinnen und Konsumenten nutzen.

Sollte der Themenbereich beispielsweise nach spiralcurricularem Prinzip in einem der Folgejahre wieder aufgegriffen werden, so bietet es sich an, auch das Thema Hatespeech zu bearbeiten. Denn neben der Repräsentanz von vielfältigen Stimmen und Perspektiven durch soziale Medien existiert hier gleichzeitig das höhere Risiko, von Hatespeech betroffen zu sein. Da Erfahrungen von Hass im Netz nicht alle gleichermaßen treffen, sondern vor allem diskriminierte und benachteiligte Gruppen, verstummen zunehmend die Stimmen, „die vielfältige Perspektiven in unseren demokratischen Diskurs bringen“¹⁵.



4. Diese Technik wird benötigt

Um das Modul im Unterricht umzusetzen, wird folgende Technik benötigt:

- 1–2 Tablets (oder PCs) pro Kleingruppe
- ein Beamer oder interaktives Whiteboard
- ein Kreativ-Gestaltungstool wie Adobe Express oder ein Präsentationsprogramm wie PowerPoint
- digitales Abfragetool, z. B. minnit'
- bei analogem Vorgehen Moderationskarten, Tonpapier und Marker

5. Workshopverlauf

Phase/Zeit	Inhalt	Methode/ Sozialform	Material	Didaktisch-methodischer Hinweis	Differenzierungsmöglichkeiten
Einstieg ca. 5 Minuten	Abfrage: „Was wünschst du dir für die Schule der Zukunft?“ Ergebnisse werden von der Lehrkraft gebündelt.	Einzelarbeit	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Tablets (oder Smartphones) ✔ digitales Abfragetool 	Als digitales Abfragetool eignet sich beispielsweise minnit¹⁶ . Interessant ist hierbei u. a. die Möglichkeit, sich die Ergebnisse der Lerngruppe als Statistik anzeigen zu lassen.	Die Abfrage kann auch analog erfolgen. Dazu schreiben die Lernenden ihre Wünsche auf Moderationskarten.
Sicherung ca. 10 Minuten	Gemeinsame Sichtung der Ergebnisse und Gespräch darüber, ob sich aus den Wünschen der Lernenden ein gemeinsames Anliegen ableiten lässt.	Plenum	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Beamer 		
Überleitung ca. 5 Minuten	Die Lernenden geben per Handzeichen an, ob sie TikTok und/oder Instagram nutzen. So erhält die Lehrkraft einen Überblick über mögliche Erfahrungswerte der Lernenden.	Plenum			Wenn ausreichend Zeit zur Verfügung steht, können die Lernenden beispielsweise auch berichten, seit wann und wie oft bzw. wie lange sie soziale Medien nutzen.

Phase/Zeit	Inhalt	Methode/ Sozialform	Material	Didaktisch-methodischer Hinweis	Differenzierungsmöglichkeiten
Projekt: Einführung ca. 10 Minuten	<p>Aufgabenstellung: Die Lernenden sollen eine Social-Media-Kampagne auf TikTok planen, die ihren Wunsch/ihre Forderung verbreitet.</p> <p>Impulse/Fragen zur Vorbereitung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie können Forderungen digital sichtbar gemacht werden? • Was macht eine gute Social-Media-Kampagne aus? • Was sind Vorteile digitaler Öffentlichkeitsarbeit? • Wer soll die „Message“ sehen? (Zielgruppe festlegen) <p>Die Lehrkraft zeigt einen Beispiel-Account ihrer Wahl (s. Vorschläge unter 1. Kurzbeschreibung).</p>	Plenum	 Beamer (Visualisierung der Impulsfragen und des Beispiel-Accounts)	<ul style="list-style-type: none"> • Wie können Forderungen digital sichtbar gemacht werden? <p>Durch verschiedene Formate, die TikTok (wie auch andere Social-Media-Plattformen) bietet. TikTok ist eine Videoplattform, auf der viele Bearbeitungsmöglichkeiten geboten sind. Dieser Mechanismus kann man sich bedienen (z. B. Duett- oder Switch-Funktion). Mehr Informationen bietet TikTok¹⁷ selbst.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was macht eine gute Social-Media-Kampagne aus? <p>Eine gute Kampagne hat eine klare Zielgruppe, eine durchdachte und starke Botschaft und ein visuelles Konzept. Sie nutzt die Formate, die die Plattform bietet. Vgl. Tipps und Tricks von Canva¹⁸.</p>	<p>Lernende, die TikTok nicht nutzen und sich besser mit Instagram auskennen, können die Aufgabe auf diese Plattform übertragen.</p> <p>Es kann eine analoge Variante für die Lernenden, die Social Media nicht nutzen oder eine digitale Kampagne ablehnen, in Form der Erstellung eines Plakats angeboten werden. Hier wird die Grenze der Öffentlichkeit deutlich (Plakat kann nur an einem Ort hängen) und sollte besprochen werden.</p>

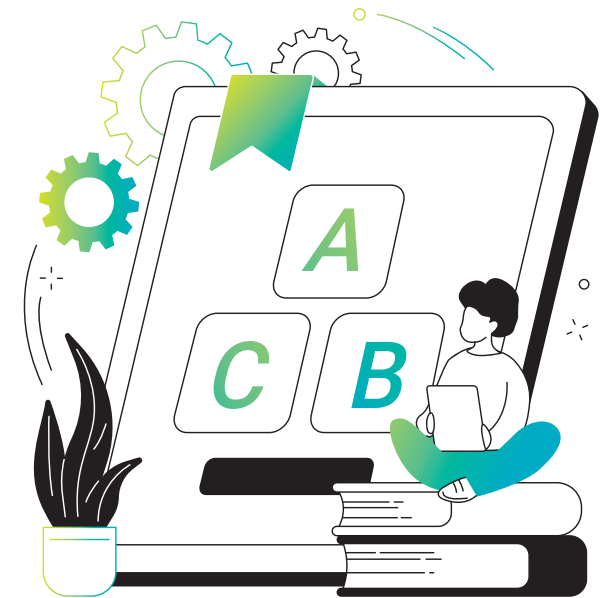
Phase/Zeit	Inhalt	Methode/ Sozialform	Material	Didaktisch- methodischer Hinweis	Differenzierungsmöglichkeiten
				<ul style="list-style-type: none"> Was sind Vorteile digitaler Öffentlichkeitsarbeit? <p>Sie erreicht viele Menschen (Gegenbeispiel Plakat, das in einer Schule hängt: Zielgruppe sind nur Menschen, die sich in diesen Räumlichkeiten befinden) und hat keine geografischen Grenzen. Inhalte können leicht geteilt und weitergeleitet werden. Interaktionen auf der Plattform (Kommentare etc.) ermöglichen direktes Feedback und direkte Kommunikation.</p>	



Phase/Zeit	Inhalt	Methode/ Sozialform	Material	Didaktisch-methodischer Hinweis	Differenzierungsmöglichkeiten
Projekt: Umsetzung ca. 40 Minuten	Lernende bearbeiten folgende Aufgaben in Kleingruppen: <ul style="list-style-type: none"> • Forderung formulieren • Zielgruppe bestimmen • Kampagnenziel definieren (Was soll erreicht werden?) • Idee für TikTok-Post entwerfen (Inhalt, Stil, Hashtags, Musik, Challenges etc.) • Erfolgskriterien auflisten (Was macht eine gute Kampagne aus?) • Vorteile digitaler Sichtbarkeit notieren 	Gruppenarbeit	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Beamer (Visualisierung der Aufgaben, Anzeige der verbleibenden Zeit für die Gruppenarbeit) ✓ Tablets ✓ Kreativtool oder Präsentationsprogramm für die Erstellung der Social-Media-Kampagne 	Kostenlose Datenbanken für Fotos sind unter anderem Unsplash ¹⁹ und Pexels ²⁰ .	
Projekt: Präsentation ca. 20 Minuten	Kurzpräsentation der Ergebnisse und gemeinsame Reflexion der Aufgabe	Plenum	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Beamer 	Die Lernenden können ihre Ergebnisse beispielsweise auf ein gemeinsames TaskCards-Board ²¹ hochladen.	In einer weiteren Unterrichtseinheit können die Kampagnen-Konzepte der Lernenden weiter ausgearbeitet und umgesetzt werden, beispielsweise in Form tatsächlicher Videodrehs.

6. Weiterführende Materialien

- Wichtige Begriffsklärungen und Hinweise finden sich in [Social Media und Demokratie: Glossar und FAQ²²](#) von BITTE WAS?! Darüber hinaus bietet der Selbstlernkurs [Social Media und Demokratie – Meinungsdynamiken auf TikTok verstehen²³](#) des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg Lehrkräften die Möglichkeit, sich ins Thema einzuarbeiten und Einblick in die Lebenswelten der Lernenden zu erhalten.
- Wer sich tiefer in die Möglichkeiten politischer Partizipation und Teilhabe in der digitalen Welt einlesen möchte, findet in [Un|Sichtbarkeiten? Medienpädagogik, Intersektionalität und Teilhabe²⁴](#) der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur zahlreiche interessante Artikel zum Titelthema.
- Ein umfangreiches Dossier zum Thema [Lernen mit – und über – TikTok²⁵](#) bietet die Bundeszentrale für politische Bildung.
- Die Broschüre [An alle gedacht?! Medienpädagogik intersektional gestalten und Beteiligung aller ermöglichen²⁶](#) des Initiativbüros Gutes Aufwachsen mit Medien ist eine Orientierungshilfe für pädagogische Fachkräfte, die sich zum ersten Mal mit dem Thema Intersektionalität beschäftigen, und richtet sich darüber hinaus an von Mehrfachdiskriminierung betroffene Pädagoginnen und Pädagogen.
- Das Reflexionsheft [Diskriminierungskritik in der Schule ist wichtig! Aber wie anfangen?²⁷](#) der Deutschen Gesellschaft für Demokratiepädagogik unterstützt Lehrkräfte und pädagogisches Personal dabei, eine diskriminierungskritische Haltung zu entwickeln.
- Die Veröffentlichung [Hier bist Du richtig, wie Du bist!²⁸](#) des Informations- und Dokumentationszentrums für Antirassismusarbeit e. V. enthält theoretische Grundlagen, Handlungsansätze und Übungen zur Umsetzung von Anti-Bias-Bildung für Schule, Jugendarbeit, Soziale Arbeit und Erwachsenenbildung.



7. Hinweis

Bei der Nutzung externer Tools und Angebote (ob KI-basiert oder nicht) ist es grundsätzlich wichtig, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) zu prüfen und datenschutzrechtliche Bestimmungen einzuhalten. Zu diesem Zweck sollten Lehrkräfte sich vor der Nutzung dieser Anwendungen über die Datenschutzbestimmungen informieren und sicherstellen, dass sie die jeweiligen Anforderungen erfüllen. Dafür sollten auch die Lernenden grundsätzlich sensibilisiert werden. Insbesondere sensible Daten wie Name oder Kontaktdaten sollten nicht preisgegeben werden, weshalb die Nutzung von Anwendungen ohne Anmeldung zu bevorzugen ist.

In unseren Unterrichtsmaterialien verweisen wir auf ausgewählte YouTube-Videos. Bitte beachten Sie, dass YouTube werbefinanziert arbeitet, sodass Ihnen (und Ihrer Lerngruppe) vor Beginn eines Videos Werbeanzeigen gezeigt werden können. Diese Anzeigen können derzeit auf unterschiedlichen Wegen umgangen werden:

1. Wenn Sie der URL des entsprechenden YouTube-Links einen Bindestrich zwischen „yout“ und „ube“, also „youtube“ hinzufügen, öffnet sich das gewünschte Video direkt im Vollbildmodus ohne YouTube-Umgebung und Werbung.
2. Alternativ können Sie einen sogenannten Adblocker installieren, der ungewünschte Werbung blockiert. Hier gibt es zahlreiche verschiedene Anbieter.
3. Durch die Nutzung des quelloffenen Browsers Brave werden automatisch Anzeigen und Tracker blockiert.

In den Nutzungsbedingungen von YouTube steht allerdings, dass man Funktionen der Plattform nicht umgehen oder beeinträchtigen darf. YouTube weist außerdem darauf hin, dass die Nutzung von Adblockern auf ihrer Seite nicht erlaubt ist und empfiehlt eine werbefreie Nutzung der Inhalte mithilfe des kostenpflichtigen Abonnements von YouTube Premium. Ob der Einsatz der beschriebenen Tools damit tatsächlich verboten ist, ist jedoch nicht endgültig geklärt.



8. BITTE WAS?!

Kontern gegen Fake und Hass

Wir wollen nicht zusehen, wie sich Hass, Fake News und Intoleranz im Netz ausbreiten. Mit BITTE WAS?! kontern wir gemeinsam mit Kindern und Jugendlichen gegen Fake und Hass. Wir klären auf und schaffen ein Bewusstsein für Fairness, für Echtheit und gegen Hass. Dazu bieten wir eine Informationskampagne auf Social Media, Workshops und Events für Lernende, Unterrichtsmaterialien für Lehrkräfte sowie regelmäßige Challenges an. Unser Ziel ist dabei stets ein respektvolles Miteinander – online wie offline.



9. Impressum

Herausgeber

Landesmedienzentrum Baden-Württemberg
Vertreten durch Direktor Michael Zieher
Rotenbergstraße 111
70190 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 4909-6399
E-Mail: lmz@lmz-bw.de

Dieses Materialpaket ist Teil der Kampagne #RespektBW.

Programmleitung

Christian Heneka
bitte-was@lmz-bw.de

Autorin

Filiz Tokat

Redaktion

Angela Klein

Gestaltung

Superherodesign
Stuttgart, September 2025

Urheberrecht

Die Inhalte (Layout, Grafiken, Bilder etc.) sind urheberrechtlich geschützt. Sofern nicht anders vermerkt, stehen die Inhalte unter einer CC BY-NC-SA 4.0 Lizenz. Sämtliche Rechte an dieser Publikation liegen beim Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ). Nichtkommerzielle Vervielfältigung und Verbreitung sind erlaubt unter Angabe des Herausgebers LMZ Baden-Württemberg und der Webseite www.lmz-bw.de. Urheberrechte Dritter sind zu beachten. Sie sind als solche kenntlich gemacht.

Bilder und Grafiken

FREEPIK:

- vectorjuice: Unterstützung der Freiwilligenarbeit, abstraktes Konzept, Vektorgrafik ...
- vectorjuice: Öffentliche Redner Profile abstraktes Konzept Vektorillustration ...
- vectorjuice: Recognition icon identity system recognize Security digital scanner for verification and identification Biometric human analysis vector symbol ...
- MT Graph: Ein Schwarz-Weiß-Bild von einer Frau und einem Mann mit einem Laptop, die in ein ...
- smashingstocks: Ein trendiges Vektordesign der Online-Kommunikation ...
- vectorjuice: Early learning app abstract concept vector illustration Preschool application early education platform child learning routine studying software kid development mobile app abstract metaphor

Internetseiten dritter Anbieter/ Links

Soweit Inhalte dieses Materials auf externe Internetseiten verweisen, hat das LMZ auf den Inhalt dieser Seiten keinen Einfluss. Diese Internetseiten unterliegen der Haftung der jeweiligen Betreiber. Das LMZ hat bei der erstmaligen Verknüpfung der externen Links die fremden Inhalte daraufhin überprüft, ob etwaige Rechtsverstöße bestehen. Zu diesem Zeitpunkt waren keine Rechtsverstöße ersichtlich. Eine ständige inhaltliche Überprüfung der externen Links ist ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht möglich. Bei Kenntnis von Rechtsverstößen werden derartige externe Links unverzüglich gelöscht.

10. Quellenverzeichnis



BITTE WAS?! Kontern gegen Fake und Hass ist Bestandteil von #RespektBW, einer Kampagne der Landesregierung zum gesellschaftlichen Zusammenhalt und für eine respektvolle Diskussionskultur in den sozialen Medien.
Das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg führt die Kampagne im Auftrag des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg durch.