

# Handy... und wann klingelt's bei dir?!

## DIE EXPERTEN WORKSHOP ZUM THEMA STATUS UND WERBUNG

### Teil A

#### Einführung und Erarbeitung des Themas



#### **Vorstellungsrunde: Ratespiel rund ums Handy** (10 Minuten)

Die TeilnehmerInnen sitzen im Kreis und ziehen jeweils eine Fragekarte. Sie stellen sich kurz mit ihrem Namen vor und beantworten ihre Fragekarte. Falls sie die Antwort nicht wissen, helfen die anderen TeilnehmerInnen. Die richtigen Antworten werden zusammen mit den Fragen in die Mitte des Kreises gelegt und ggf. von der Workshopleitung noch einmal erläutert.

**Überleitung:** Das Handy ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, dementsprechend entwickelt auch die Werbung Strategien, um möglichst viele Kunden zu gewinnen.

#### **Fragebogen „Welcher Werbetyp bist Du?“** (15 Minuten)

Die TeilnehmerInnen füllen einen Fragebogen aus und ordnen sich dabei einem der drei Werbetypen zu. Anschließend wird kurz darüber diskutiert, warum die Werbeindustrie diese unterschiedlichen Typen „erfunden“ hat und wie Werbetypeneinteilungen vorgenommen werden.

Folgende Stichworte, wie Trend/Trends setzen, Scouts (also Trendsucher), Befragungen (quantitativ und repräsentativ, je nach Zielgruppe werden unterschiedliche Fragen unterschiedlichen Personen gestellt) und Befragungen in Chaträumen können dabei hilfreich sein.

#### **Arbeitsblatt mit Ausschnitten aus Werbebroschüren** (15 Minuten)

Die TeilnehmerInnen teilen sich in Zweier- bzw. Dreiergruppen auf und analysieren mittels eines Fragebogens die verschiedenen Werbungen aus Zeitschriften: Welche Strategien sind erkennbar? Wie „ködern“ die Firmen die zukünftigen HandybesitzerInnen?

Anschließend berichten die Gruppen von ihren Ergebnissen.

**Resümee:** Werbung wirkt „manipulierend“ und vermittelt den Jugendlichen ein positives Lebensgefühl – zu dem ein (bestimmtes) Handy gehört!

#### **Brainstorming: Wo finden wir überall Handywerbung?** (10 Minuten)

Auf einem Plakat notieren die TeilnehmerInnen alle Möglichkeiten und Orte, an denen überall Werbung platziert wird: wie z.B. öffentliche Verkehrsmittel, Zeitschriften, Fernsehen, Events etc.

**Resümee:** Werbung begegnet uns fast überall und wirkt oft auch indirekt (unbewusst)!

#### **Mindmap: Handyproduktion – Wer verdient was?** (10 Minuten)

Gemeinsam überlegen sich die TeilnehmerInnen, wer alles an der Handyproduktion beteiligt ist. Mögliche Antworten sind z.B. Zulieferfirmen, die u.a. die Rohstoffe wie z.B. Coltan weiterverarbeiten, Hardware-Techniker, Software-Entwickler, Handyvertrieb, Designer, Marketingfirmen usw. Hierzu gibt es einen

# Handy... und wann klingelt's bei dir?!

Informationstext. Die Ergebnisse werden auf einem Plakat festgehalten. Anschließend überlegen sich die TeilnehmerInnen wer am Handy am meisten und wer am wenigsten verdient.

**Ergebnis:** Die Einzelhändler und Handyfirmen stecken die meisten Gewinne ein. Die ArbeiterInnen, die am Anfang dieser Produktionskette sind (Hardwarefertigung in Billiglohnländern wie z.B. China, Minenarbeiter in Afrika, Australien) werden bei unserer Art von Marktwirtschaft (finanziell und gesundheitlich) ausgebeutet.

## Text über Arbeitsbedingungen in Coltan-Abbaugebieten (15 Minuten)

Anhand des Textes sollen die TeilnehmerInnen über die menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in den Coltan-Abbaugebieten diskutieren.

Coltan ist eine in Afrika gebräuchliche Bezeichnung für ein Erz, das zwei Metalle enthält: Tantalum (Tantal) und Columbium (auch als Niobium bezeichnet); dieses Erz eignet sich gut für die Minikondensatoren im Handy. Die Abbaubedingungen dieses Erzes sind in den letzten Jahren verstärkt in Kritik geraten.

## Produkterarbeitung

Im Anschluss an die inhaltliche Auseinandersetzung mit der Produktion und Vermarktung des Handys beleuchten die TeilnehmerInnen noch einmal genauer, welchen Stellenwert das Handy in ihrem Leben einnimmt. Vielen wird bewusst, dass das Handy mehr ist als nur ein Mittel zum Telefonieren oder SMS-Schreiben. Es ist vor allem auch Mittel zur Selbstinszenierung und ein Statussymbol, das oftmals über „In“-Sein, soziale Anerkennung oder Ausschluss entscheidet. Wie es dazu kommt, welchen Beitrag die Werbeindustrie dazu leistet und welche Handlungsalternativen Jugendliche haben, sind Ausgangsfragen für die nachfolgende Produkterarbeitung.

Mögliche Produkte sind z.B.:

- kleine Informationsbroschüre,
- Plakate,
- Wandzeitungen,
- Zeitungsartikel,
- Internetbeiträge,
- Musik-Rap u.v.m.

Diese sollten zum Abschluss des Projektes im Plenum präsentiert werden.



In dem hier dokumentierten Projekt wurden Beiträge für die Internetseite [www.handy-trendy.de](http://www.handy-trendy.de) erstellt, eine Informationsseite von Jugendlichen für Jugendliche.

**Info:** Es empfiehlt sich, einen weiteren Projekttag mit einzuplanen. So kann der Abschluss des Projektes einen entsprechenden Rahmen bekommen. Den Ablauf zu diesem zweiten Projekttag finden Sie unter Aktionen/Ablauf/ Abschluss (vgl. ausführliche Variante).

## Jugendliche erstellen eine Internetseite rund um das Thema Status

### Erarbeitung eines kreativen Internetbeitrags (50 Minuten)

Die TeilnehmerInnen erarbeiten eine Kurzgeschichte mit Fotos zu der Thematik „Die Werbung macht das Handy zu einem Statussymbol – Strategien und Konsequenzen“ für die Internetseite. Einzige Vorgabe ist, dass sie die Geschichte einmal MIT, einmal OHNE Handy erzählen sollen. Sie sollen sich dabei überlegen, welche Aussage sie mit ihrer Geschichte bezwecken wollen.

## Handy... und wann klingelt's bei dir?!

Als erstes überlegt sich die Gruppe gemeinsam, um welche Art von Geschichte es sich handelt und welche Inhalte sie verarbeiten wollen. Anschließend teilen sie sich in zwei Gruppen auf. Eine Gruppe entwickelt die Geschichte MIT Handy, die andere Gruppe schreibt die Geschichte OHNE Handy. Dabei können die TeilnehmerInnen arbeitsteilig vorgehen und die Geschichte noch einmal in Teilabschnitte unterteilen, die dann eigenständig von den Kleinteams geschrieben werden. Sie skizzieren das zu produzierende Foto mit den dazugehörigen Sprechblasendialogen und formulieren einen kurzen Erläuterungstext, der unter der Fotoszene stehen soll (siehe **Vorlage**).

Anschließend werden die erarbeiteten Textabschnitte in einer Redaktionssitzung zusammengetragen und die endgültige Version der Geschichte von allen TeilnehmerInnen „abgesegnet“.

Zur Illustration der Geschichte besteht die Möglichkeit, dass die TeilnehmerInnen selber Fotos mit einer digitalen Kamera machen oder beispielsweise mit (Barbie-)Puppen die Szenen nachstellen. Die vorgegebene Thematik Werbung – Handy als Statussymbol soll klar als Inhalt erkennbar sein.

### **Gestaltung der Internetseite** (30 Minuten)

Ausgerüstet mit Kamera, Requisiten und Drehbuch produzieren die TeilnehmerInnen die Bilder für ihre Fotogeschichte. Anschließend müssen die Bilder mit einem Bildbearbeitungsprogramm mit Sprechblasen versehen werden, der kurze Erläuterungstext eingefügt werden und das Bild internettauglich gemacht werden.

(→ Auf diese Weise entstanden die Beiträge auf der Seite [www.handy-trendy.de](http://www.handy-trendy.de) → Haste keins – biste nix → Fotostory)

### **Erarbeitung eines Kreuzworträtsels und des Spiels „Dalli-Klick“** (30 Minuten)

Die im Rahmen des Workshops behandelten Themen und Ergebnisse können aber auch in Form eines **Kreuzworträtsels oder Bilderrätsels (Dalli-Klick)** aufbereitet werden.

(→ Auf diese Weise entstanden die Beiträge auf der Seite [www.handy-trendy.de](http://www.handy-trendy.de) → Haste keins – biste nix → Quiz bzw. → Dalli Klick)

### **Hochladen der Internetseite** (15 Minuten)

Falls es die Zeit und die technische Ausstattung zulassen, laden die TeilnehmerInnen ihre produzierten Internetseiten auf den Server hoch. Zuvor erklärt ihnen die Workshopleitung den Umgang mit dem FTP-Programm.

### **Vorbereitung der Präsentation** (20 Minuten)

Je nachdem wie die TeilnehmerInnen ihre Produkte bei der Abschlussveranstaltung präsentieren wollen, müssen noch entsprechende Vorbereitungen getroffen werden.

**Gesamtdauer:** 230 Minuten

Teil A: 75 Minuten

Teil B: 145 Minuten