

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

## DIE MOVIE-MAKER WORKSHOP ZUM THEMA HANDYSUCHT

### Teil A

#### Einführung und Erarbeitung des Themas



#### **Vorstellungsrunde** (10 Minuten)

Die TeilnehmerInnen sitzen im Kreis und stellen sich nacheinander mit ihrem Namen vor. Außerdem erzählen sie, wie wichtig ihnen ihr Handy ist, ob und wie oft sie es pro Tag benutzen und ob sie sich vorstellen können, mal einen Tag bzw. eine Woche ohne Handy zu sein.

#### **Zeitungsartikel und Diskussion zur Handysucht** (20 Minuten)

Die TeilnehmerInnen lesen gemeinsam die beiden Zeitungsartikel zum Thema Handysucht. In den Artikeln wird die Handysucht als eine Krankheit beschrieben, von der schon sehr viele Handybesitzer betroffen sind. Nachdem die wichtigsten Fakten der zwei Artikel gesammelt und auf einem Plakat notiert wurden, diskutiert die Gruppe zu den Themen Sucht, Handygebrauch und Auswirkungen auf das Sozialverhalten weiter.

Folgende **Ausgangsfragen** können für die **Diskussion** förderlich sein:

- Für was und wie oft benutzt ihr das Handy?
- Schaltet ihr es auch mal ab bzw. lasst es auch mal (absichtlich) zu Hause? Wann?
- Was hat sich durch Handys im sozialen Kontakt verändert?
- Wie geht es euch, wenn jemand auf eine SMS von euch nicht antwortet?
- Kennt ihr Situationen, die in den Artikeln vorkommen?
- Kennt ihr Personen, die ihr für handysüchtig haltet?
- Wie schätzt ihr euren persönlichen Handykonsum ein?

Die folgenden Spiele dienen als **Warming-Up**, um die interne Kommunikation, die Teamfähigkeit und die Auseinandersetzung mit dem Thema Handysucht zu fördern.

#### **Gruppenfindungsspiel** (10 Minuten)

Jede/r TeilnehmerIn zieht einen Zettel, auf dem ein Gefühlsausdruck steht. Nachdem von der Workshopleitung ein Signal gegeben wurde, stellt jeder gleichzeitig sein Gefühl pantomimisch dar und findet so seine/n PartnerIn für die weiteren Spiele.

#### **Pantomimisches Situationsraten** (15 Minuten)

Die Gruppen ziehen jeweils einen Zettel, auf dem verschiedene Situationen stehen, wie z.B.: „Dein Handy-Akku ist plötzlich leer...“, „Du hast Dein Handy zu Hause vergessen“... Anschließend spielen die Teams der Reihe nach ihre Situation pantomimisch vor und die anderen TeilnehmerInnen müssen die gesuchte Situation erraten.

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

## **Gubbel-Spiel** (5 Minuten)

Die Teams unterhalten sich über ein Thema und ersetzen das gesuchte Wort durch das Wort „Gubbel“. Vorgegebene Wörter sind z.B.: Handyrechnung, PrePaid-Karte, SMS, Sendemast, Strahlung.

## **Rollenspiel zur Handysucht** (30 Minuten)

Im Rahmen eines Rollenspiels setzen sich die Teams mit den sozialen und psychischen Aspekten von Handysucht auseinander. Hierzu werden im Raum Zettel ausgelegt, auf denen verschiedene Sätze für ein kleines Rollenspiel stehen, wie z.B.: „Weißt du wirklich nicht wo mein Ladegerät ist?“, „Wie kommst du denn darauf? Was soll ich denn bei einer Beratungsstelle?...“ Jedes Paar sucht sich einen Satz aus und bekommt 5 Minuten Zeit, sich eine kleine Szene dazu einfallen zu lassen, die sie danach der restlichen Gruppe vorspielt. Dabei liest jedes Paar zuerst ihren Satz vor, und beginnt dann mit dem Rollenspiel. (Zieht sich die Szene zu sehr in die Länge, kann die Workshopleitung auch abbrechen).

Anschließend steigen die TeilnehmerInnen in eine offene Diskussionsrunde mit folgenden Fragestellungen ein:

- Könnt ihr euch eine solche Situation im richtigen Leben vorstellen?
- Kennt ihr jemanden auf den das zutreffen könnte?
- Würdet ihr das auch so machen? usw.

## **Brainstorming: Wege in die Sucht** (5 Minuten)

Anschließend sammeln die TeilnehmerInnen Ursachen, wie es zur Handysucht kommen kann. Die wichtigsten Stichworte werden auf einem Plakat festgehalten. Folgende Informationen können dabei dienlich sein (siehe Seite 3).

## **Produkterarbeitung**

Im Anschluss an die inhaltliche Auseinandersetzung mit den Ursachen und Folgen von Handysucht erarbeiten die TeilnehmerInnen ein konkretes Produkt zu dieser Thematik.

Möglich ist z.B.:

- kleine Informationsbroschüre,
- Aufklärungsplakate,
- Wandzeitungen,
- Zeitungsartikel,
- Internetbeiträge,
- Videospot,
- 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:** W 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).

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

## Teil B

### Die Movie-Maker erstellen einen Videofilm rund um die Themen Handy und Sucht

#### Erarbeitung eines Videospots

Arbeitsauftrag für die TeilnehmerInnen des „Movie-Maker-Workshops“ ist, einen kleinen Aufklärungsspot zum Thema Handysucht zu drehen.

Wenn mit mehreren Projektgruppen gearbeitet werden soll, kann die Videoreihe z.B. unter dem Motto „Wie viel Macht den Handys?“ (in Anlehnung an die damalige Kampagne „Keine Macht den Drogen“) stehen. (→ Auf diese Weise entstanden die Beiträge auf der Seite [www.handy-trendy.de](http://www.handy-trendy.de) → Gesundheit → Schau gut hin!)

#### Brainstorming: Was macht einen guten Werbespot aus? (5 Minuten)

Auf einem Plakat sammeln die TeilnehmerInnen die wichtigsten Merkmale eines guten, einprägsamen Werbespots. Dieser sollte z.B. haben:

- einen kurzen, einprägsamen Slogan
- ein gutes Logo
- Personen, die überzeugen und einen vom Typ her ansprechen (am besten im Alter der Zielgruppe)
- eine gute Musik, die man mit dem Slogan und dem beworbenen Produkt/der beworbenen Botschaft leicht in Zusammenhang bringen kann
- Corporate Identity
- die Rahmengeschichte kann witzig, ernst aber auch spannend sein, wichtig ist jedoch, dass die Botschaft verständlich ist
- u.v.m.

Literaturtipps für vertiefende Informationen: Edeler, Uwe-Carsten (2004): Wie man Werbung macht – Infos, Materialien und Unterrichtsprojekte. Verlag an der Ruhr, Mülheim, 97 S.

#### Erarbeitung eines Drehbuchs (25 Minuten)

Bei der Erarbeitung des Drehbuchs kann die Gruppe je nach TeilnehmerInnenzahl arbeitsteilig vorgehen oder alle Produktionsschritte gemeinsam erarbeiten.

Mögliche Arbeitsschritte:

- 1) Die TeilnehmerInnen einigen sich auf die Zielgruppe und die Zielsetzung des Werbespots. Beispiel: Es sollen Jugendliche angesprochen werden, die schon handysüchtig sind, aber ihre Sucht immer noch nicht als solche erkennen und die Folgen ihrer Sucht ignorieren.
- 2) Inhalt und Szenen des Spots werden kurz skizziert. (Hierbei können mehrere Entwürfe von den TeilnehmerInnen vorgestellt werden. Der mit den meisten Stimmen gewinnt und wird von der Gruppe weiterentwickelt.)
- 3) Erarbeitung eines passenden Slogans. Als aktivierendes Spiel eignet sich sehr gut das **Werbeslogan-Quiz** das die Workshopleitung mit den TeilnehmerInnen durchführen kann.

#### Produktion des Werbespots (60 Minuten)

Die TeilnehmerInnen einigen sich, wer welche Rolle des Drehbuchs übernimmt. Außerdem müssen die Posten Regie, Kameramann/-frau und Assistent/in besetzt werden. Die TeilnehmerInnen, die noch keine Rolle übernommen haben, können als Statisten im Film fungieren bzw. sich um das Setting vor Ort kümmern.

Dann wird der Werbespot mit Digitaler Kamera oder mit einem Handy mit Videofunktion gedreht und anschließend die Szenen auf einen PC mit einem Filmschnittprogramm, z.B. Windows Movie-Maker, gespielt. Den Filmschnitt übernehmen Jugendliche. Nähere Informationen und die Schnittanleitung sind auf der Internetseite <http://lehrerfortbildung-bw.de/werkstatt/video/wmmtut/> zu finden.

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

Währenddessen können sich die anderen TeilnehmerInnen Gedanken machen, wo und wie sie den Werbespot aufführen wollen, ob es Begleitplakate geben soll oder evtl. sogar kleine „Merchandising-Produkte“.

### **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. So könnten z.B. die Movie-Maker über ihre Vorüberlegungen und Vorarbeiten zu dem Videospot berichten und anschließend den Videospot zeigen. Auch ein „Making of“ kommt gut an. Eine Alternative zu der Software Movimaker ist z.B. das Videoschnittprogramm von Pinnacle Studio. Es ist zwar nicht umsonst aber sehr selbsterklärend mit den wichtigsten Schnittfunktionen.

**Gesamtdauer:** 280 Minuten

Teil A: 95 Minuten

Teil B: 125 Minuten