

# Damals 1410



Sujet: KI

Ermöglicht durch die

Klaus Tschira  
Stiftung



FRida  
& fred

fridaundfred.at

## Damals 1410

Eine digital-reale Ausstellung zur  
Medienkompetenz

Ideal für Kinder ab 8 Jahren

Öffnungszeiten: Täglich 9:00 - 17:00 Uhr, dienstags geschlossen

f /FRidaundfred    @ /fridaundfredingraz

Eine Ausstellung des Grazer Kindermuseums FRida & fred  
und des Jungen Museums Frankfurt.

M\* Junges  
Museum  
Frankfurt

**Handbuch zur Ausstellung**

## **Damals 1410**

Ideal für Kinder ab 8 Jahren!

## Inhalt

Unsere Mission.....	5
Unsere Vision.....	6
Das Team vom FRida & freD .....	7
Grundidee zur Ausstellung .....	8
Vermittlungsziele Medienkompetenz .....	9
Spielidee.....	10
Die Wegbegleitung .....	12
Ausstellungsbereiche .....	13
Handylocker.....	13
Zeitmaschine-Intro – Zurück in die Vergangenheit.....	13
1. ABGs/Datenschutz .....	15
1.1 Stadt betreten.....	15
1.2 Schutzamulett gestalten.....	17
1.3 Foto machen .....	17
2. Werbung/Spam .....	20
2.1 Pferd versorgen .....	20
2.2 Preis gewinnen .....	21
3. Selbstwirksamkeit und Kooperation.....	23
3.1 Tanzen .....	23
3.2 Feuer löschen.....	24
3.3 Stadttor bauen.....	26
4. Influencer*in sein.....	27
4.1 Töpfern und verkaufen .....	27
4.2 Schmieden und influencen .....	28
5. Soziale Kommunikation .....	30
5.1 Sprachnachricht aufnehmen .....	30
5.2 Karren fahren.....	32
5.3 Schreiben mit Gänsefeder .....	33
6. Infoquelle/Fake News .....	36
6.1 Heilmittel herstellen .....	36
6.2 Musikinstrumente erkennen .....	37
6.3 Drachen jagen.....	39
6.4 Burg entwerfen.....	40
7. Selbstdarstellung .....	42

7.1 Jonglieren für Likes.....	42
7.2 Foto-Filter aufdecken .....	43
8. Programmieren.....	45
8.1 Truhe öffnen.....	45
8.2 Mühle reparieren .....	46
9. In-App-Käufe.....	48
9.1 Münze prägen.....	48
9.2 Wappen gestalten .....	49
Literaturempfehlung .....	51
Anmeldung & Termine.....	52

## **UNSERE MISSION**

**FRida & freD** ist ein Haus für alle Kinder. Mit unseren Programmen wollen wir den Kindern die Möglichkeit geben, die Welt in ihrer Vielfalt kennen zu lernen und in ihrer Komplexität besser zu verstehen. Neben der Vermittlung von Inhalten richten wir unsere Aufmerksamkeit darauf, dass sich die jungen Menschen zu selbstbewussten und eigenverantwortlichen Menschen entwickeln können, die sorgfältig mit sich, ihren Mitmenschen und der Umwelt umgehen. Dabei wollen wir ein Ort sein, an dem sie und ihre Eltern sich wohl fühlen, der ihre Sinne und ihre Phantasie anregt und herausfordert, ihre Herzen berührt und ihre Kreativität fördert. Durch unsere Erfahrungen und die Reflexion unserer Arbeit möchten wir an der Entwicklung neuer Vermittlungsmodelle arbeiten und mitwirken, und deren Erkenntnisse auch an Dritte weitergeben.

**FRida & freD** entwickelt dazu einen freien und strukturierten Raum, der belebt werden darf und in dem Kinder unterschiedlichen Alters ihren individuellen Fertigkeiten und Fähigkeiten gemäß tätig werden können. Wir verstehen uns als prozessorientierte Bildungseinrichtung in der Ausstellungen, Workshops und Projekte mit Kindern und für Kinder unter Mithilfe von PädagogInnen, KünstlerInnen, DesignerInnen, HandwerkerInnen, WissenschaftlerInnen und TechnikerInnen umgesetzt werden. **FRida & freD** möchte dabei entdeckendes, fächerübergreifendes, ganzheitliches Lernen fördern und intrinsische Motivation anregen.

**FRida & freD** möchte allen Kindern die Möglichkeit bieten, einen Platz im Kindermuseum zu leben, wir sind ein inklusives Museum. In unserem Haus sollen verschiedenste soziale und kulturelle Gruppen, Menschen unterschiedlichster kognitiver und körperlicher Voraussetzungen und unterschiedlichster Bedürfnisse miteinander spielen. Zu diesem Zweck kooperieren wir vielfältig mit entsprechenden Institutionen, versuchen unser Haus und unsere Ausstellungen weitgehend barrierefrei zu gestalten und bieten Programme mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen an.

**FRida & freD** konzipiert ausgehend von der wissenschaftlichen Inhaltserarbeitung unter der Devise „Hands On - Minds On“ in erster Linie Ausstellungen, in denen das Angreifen und der Kontakt mit den Objekten erwünscht ist und herausgefordert wird. Die Experimente und Objekte stehen nicht für sich allein, sondern sind eingebettet in eine übergeordnete Geschichte, ein durchgehendes Konzept. Ziel ist es, nicht vorgefertigte Stationen und Abläufe zu entwickeln, sondern vielmehr mit unseren Ausstellungen und Objekten die Basis für sinnliche und tiefergehende Erfahrungen zu schaffen. Die Kinder haben in den Ausstellungen die Möglichkeit, die Themenwelten ohne Zeitdruck und ihrem momentanen Rhythmus folgend zu erleben und mit allen Sinnen zu entdecken.

**FRida & freD** ist ein Ort lebendiger Kommunikation, hier findet offener, fruchtbarer Austausch zwischen Kindern, Eltern, Mitarbeiter\*innen, Pädagog\*innen statt. Sie alle lernen und lachen gemeinsam, spinnen Ideen, feiern gemeinsam Feste, spielen gemeinsam und entwickeln gemeinsam Konzepte. In den Veranstaltungen in unserem Haus wird dieser Austausch verdichtet bzw. die Kreativität der TeilnehmerInnen herausgefordert.

**FRida & freD** pflegt regen Kontakt mit Grazer Kulturinstitutionen. Die Zusammenarbeit erfolgt einerseits über laufende Programme, andererseits werden weitgehendere Kooperationen in Hinblick auf gemeinsame Ausstellungsprojekte angedacht. Mit dem Auditorium finden vor allem Grazer Kindertheatergruppen einen attraktiven Veranstaltungsraum vor, der sehr vielfältig von unterschiedlichsten Gruppen in Anspruch genommen wird.

**FRida & freD** ist eingebettet in ein Netzwerk europäischer Kindermuseen. Wir stehen im ständigen Kontakt und Austausch mit anderen Kindermuseen in Europa und sind Mitglied bei „Hands On! International Association of Children in Museums“, der Vereinigung der internationalen Kindermuseen. In diesem Sinne lernen wir nicht nur voneinander, sondern denken auch effiziente Nutzungen vorhandener Infrastrukturen an. In unserer mehrjährigen Ausstellungsplanung sehen wir vor, regelmäßig Ausstellungen von anderen Museen zu leihen bzw. zu adaptieren. Produktionen unseres Hauses sollen verstärkt von anderen Kindermuseen übernommen werden.

**FRida & freD** strebt eine Zusammenarbeit mit Institutionen des sekundären Schulwesens und des tertiären Bildungswesens an. In gemeinsam entwickelten Lehrveranstaltungen sollen die StudentInnen die Möglichkeit bekommen sich praktisch und theoretisch mit persönlichen, schulischen und außerschulischen Fragestellungen umfassend zu konfrontieren, zu reflektieren, zeitgemäße Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln und Visionen zuzulassen.

**FRida & freD** sieht sich als junges, innovatives und kreatives Museum, das auf Qualität Wert legt, ständig in Bewegung ist und bewegen will.

## **UNSERE VISION**

**FRida & freD** möchte alle Grazer Kinder und ihre Familien erreichen, d.h. sie zu bewegen unser Haus zu besuchen und zu entdecken. Wir wollen durch unsere Arbeit gewährleisten, dass sie in der Folge mehrmals im Jahr als Einzelbesucher\*innen oder in der Gruppe wiederkommen.

**FRida & freD** möchte sich als anerkannte Institution innerhalb der europäischen Museumslandschaft bzw. über die Grenzen Europas hinweg durch seine konzeptionelle Arbeit, unsere Erfahrungen, unsere Forschungen und unsere Bildungsarbeit etablieren.

**FRida & freD** möchte durch seine kontinuierliche Präsenz und zeitgemäße pädagogische Position den Kindern und ihren Familien einen sichereren Platz in unserer Welt einräumen.

## DAS TEAM VOM FRIDA & FRED

### **Jörg Ehtreiber**

Geschäftsführung & Intendanz

### **Elisabeth Baldauf-Sommerbauer**

Assistenz Ausstellungen

### **Jessica**

Marketing & Öffentlichkeitsarbeit

### **Nora Bugram**

Leitung Theater & Assistenz Ausstellungen

### **Renate Buzzi-Brunner**

Ausstellungen

### **Bettina Deutsch-Dabernig**

Leitung Ausstellungen & Assistenz der Intendanz

### **Christoph Gruber**

Technik

### **Marcus Heider**

Leitung Marketing & Öffentlichkeitsarbeit

### **Petra Heider**

Marketing & Öffentlichkeitsarbeit

### **Michael Huber**

Technik

### **Dijelza**

Sekretariat

### **Nikola Kroath**

Leitung Pädagogik

### **Barbara Lamot**

Leitung Rechnungswesen & Prokuristin

### **Herbert Lenz**

Technik

### **Linda Lexner-Zöhrer**

Projektassistenz und Pädagogik

### **Barbara Malik-Karl**

Leitung Besucher\*innenservice

### **Neira Mehmedagic**

Ausstellungsarchitektur & Projektbetreuung

### **Tinka Molkentin**

Ausstellungsarchitektur & Projektbetreuung

### **Alexander Mudrak**

Technik

### **Gerlinde Podjaversek**

Ausstellungen und internationale Projekte

### **Johannes Ramsl**

Leitung Technik

### **Claudia Scheibelhofer**

Projektmanagement

### **Ausstellungsteam:**

Ajla Bukvarevic

Alena Zöch

Anja Heschl

Anna Lamot

Anna Pfannhofer

Anja Neuer

Bettina Horvath

Clara Hudel

Elena Straßgürtl

Honia Zandi

Julia Hoffmann

Julia Kappacher

Katharina Hofer

Kathrin Reichmann

Klara Bergmann

Lena Stobl

Magdalena Höchtl

Marlene Fischer

Michaela Betti

Michaela Burndorfer

Nana Akhsabadze

Sarah Wiernsberger

Theresa Edler

Thomas Gasser

Valentina Pernter

Valentina Rohsmann

Victoria Lamot

Victoria Ringel

**Birke**

**Krapi**

### **Infoteam:**

Alexandra Cermely

Antonia Fauland

Bettina Vacarescu

Cathrin Weidinger

David Vann

Fruzsina Regina Landauer

Magdalena Wagner

**Naida Selman**

Sekretariat

**Ingrid Stipper-Lackner**

Leitung Besucher\*innenservice

**Alexandra Sommer**

Assistenz Ausstellungen

## **GRUNDIDEE ZUR AUSSTELLUNG**

Vor der **Kulisse des Mittelalters**

tauchen Kinder und Erwachsene im **Rollenspiel**

in ein digitales-analoges Spielabenteuer ein,

erkennen die jeweiligen Potentiale von **Analogem und Digitalem**,

haben sowohl Freude am analogen Tun mit ihren Händen,

sind aber auch aktive Nutzer\*innen/Gestalter\*innen digitaler Medien

und erlangen so **Medienkompetenz**.

Die Ausstellung soll Kinder im Gruppenverband, mit der Familie oder als Individualbesucher\*innen

- Hinsichtlich der Mediennutzung/ Medienkompetenz sensibilisieren und sie zur Reflexion anregen
- dazu befähigen, Chancen und Gefahren der Mediennutzen zu erkennen
- Spaß und Freude bereiten
- Einladen, analoge und digitale Aktivitäten durchzuführen
- In eine mittelalterliche Kulisse versetzen, damit sie während des Ausstellungserlebnisses Wissen über das Mittelalter erlangen
- die Möglichkeit zu Spiel und ästhetischer Erfahrung geben
- für kooperatives Lernen und gemeinsames Eintauchen begeistern
- einen Rahmen bieten, in eine Spielhandlung/eine andere Welt einzutauchen und Teil davon zu werden
- im geschützten Raum die Möglichkeit geben, sich in ihrer medialen Kompetenz auszuprobieren
- einen Rahmen bieten, in dem Information mit Handlung verknüpft ist



## Vermittlungsziele Medienkompetenz

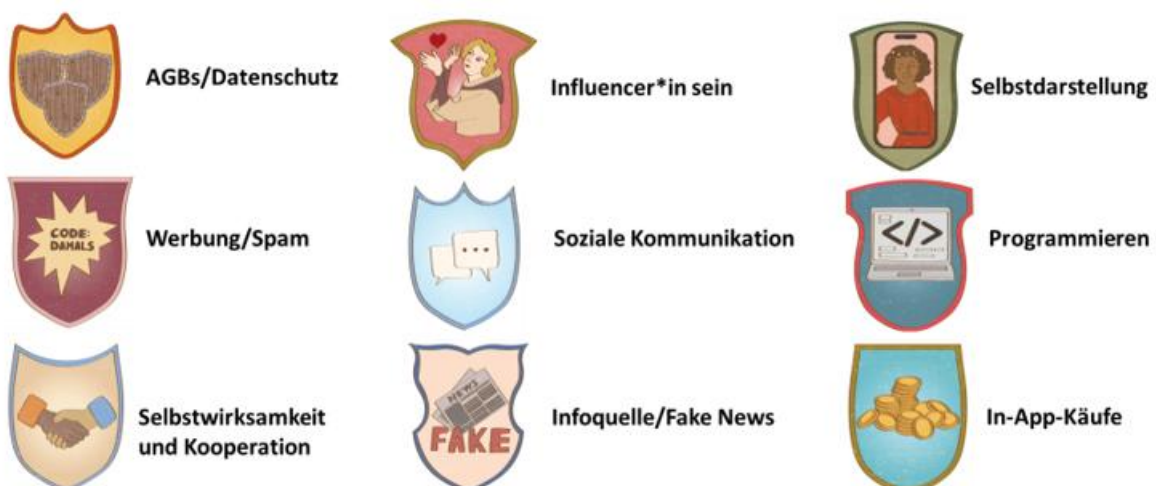
Die Ausstellung greift folgende Themenbereiche aus der Welt des Medienkonsums auf:

1. AGB/Datenschutz
2. Werbung/Spam
3. Selbstwirksamkeit/Kooperation
4. Influencer\*in sein
5. Soziale Kommunikation
6. Infoquelle/Fake News
7. Selbstdarstellung
8. Programmierung
9. In-App-Käufe

Ziel der Ausstellung ist, dass sich das Kind mit allen neun Medienkompetenz-Vermittlungszielen zumindest einmal beschäftigt. Die Spielstruktur erkennt mit welchen Medienkompetenz-Vermittlungszielen sich das Kind bereits auseinandergesetzt hat.

Jedem Medienkompetenz-Vermittlungsziel sind mehrere Ausstellungsbereiche zugeordnet, zumindest jeweils ein Ausstellungsbereich aus den Kategorien analog, digital oder/und gemischt.

Zu den jeweiligen Vermittlungsbereichen gibt es Symbole.



## Spielidee

In der Ausstellung treffen die Besucher\*innen auf einen sympathischen Begleiter: eine Erfinder-Ratte, die durch die Zeit reist. In ihrer Zeitmaschine nimmt sie die Besucher\*innen mit ins Mittelalter, zurück ins Jahr 1410. Doch 600 Jahre auf einmal zurück ist zu viel für die Zeitmaschine, nach der Zeitreise ist die gesamte Energie aufgebraucht. Die Batterie muss wieder aufgeladen werden! Die Kinder erhalten nun also den Auftrag, die mittelalterliche Stadt zu erkunden, dort Aufgaben zu lösen und Bewohner\*innen kennenzulernen, die ihre Hilfe brauchen. Sie erhalten eine Spielkarte, mit der sie sich an jeder Station einloggen, ihren Spielstand einsehen und sich im Stadtplan orientieren können. An jeder Station werden Abzeichen (siehe Symbole oben) gesammelt, die in Energie für die Zeitmaschine umgetauscht werden können. Die Abzeichen entsprechen dabei verschiedenen Medienkompetenz-Feldern: Datenschutz, Werbung und Spam, Selbstwirksamkeit und Kooperation, Influencing, Kommunikation, Information und Fake News, Selbstdarstellung, Programmierung und Inn-App-Käufe. Die Ratte begleitet sie bei ihrer Reise durch die Stadt. Die Kinder erkunden nun die Stadt, helfen dem Baumeister beim Bauen einer Burg mit KI, arbeiten als Influencer\*in in der Töpferwerkstatt, versorgen ein Pferd, löschen gemeinsam ein Feuer usw. und sammeln so Abzeichen.

Ziel des Spiels ist es, in die Gegenwart zurückzureisen. Haben die Kinder genug Abzeichen gesammelt, können sie die Zeitmaschine wieder mit Energie aufladen, die Ratte begleitet sie zurück.

Das Spiel folgt den Dynamiken von digitalen Spielen, wie sie bei Kindern beliebt sind: Die Spielenden begeben sich in eine faszinierende narrative und visuelle Welt und müssen einem sympathischen Charakter helfen, ein Problem zu lösen. Belohnungssysteme wie das Einsammeln von Abzeichen und Münzen sorgen für einen Spielflow und motivieren die Spielenden, am Ball zu bleiben und immer neue Herausforderungen zu absolvieren. Auch bei verschiedenen Stationen in der Ausstellung können Besucher\*innen sogenannte Mitcoins sammeln, die sie später einsetzen können.

Anders als bei klassischen Bildungsspielen oder Serious Games ist das spielerische Erleben der Motor, weiterzuspielen. Spielende werden durch das Flowerleben intrinsisch motiviert, die Bildungsinhalte der Medienkompetenz stehen nicht im augenscheinlichen Vordergrund, sondern werden im Prozess und durch die Reflexion der gesammelten Kompetenzen erfahren.

Während des Ausstellungsbesuchs werden Daten der Spieler\*innen gesammelt, welche im Anschluss mittels QR-Code zu Hause noch einmal genauer angesehen werden können. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Informationen für Pädagog\*innen, Kinder und Eltern, die ebenfalls über den QR-Code auf einer Plattform gelesen werden können. Ziel ist es, Pädagog\*innen und Eltern noch weitere Informationen zum (kritischen) Medienkonsum zur Verfügung zu stellen.

## **DIE WEGBEGLEITUNG**

Mitarbeiter\*innen haben die Möglichkeit, einen Gruppenmodus aktivieren, der es ermöglicht, dass von jedem Kind jede Interaktion nur einmal gemacht werden kann. Ist keine Gruppe in der Ausstellung und/oder ist weniger los, dann können die Interaktionen auch öfter gemacht werden.

In angenehmer Atmosphäre werden die Kinder von den Mitarbeiter\*innen bei einer Einstimmungsrunde auf das Thema vorbereitet und erhalten alle wichtigen Informationen für ihren Ausstellungsbesuch.

Die Gruppen werden nicht durch die Ausstellung geführt und zur „Absolvierung“ aller Stationen veranlasst, vielmehr wird den Kindern die Möglichkeit gegeben, sich selbst auf Entdeckungsreise zu begeben und die einzelnen Angebote nach eigenen Interessen und in ihrem persönlichen Tempo zu erleben. Mitarbeiter\*innen des Kindermuseums FRida & freD begleiten die Besucher\*innen und unterstützen sie bei der Erarbeitung verschiedener Inhalte zum Thema Seifenblasen.

In einer gemeinsamen Abschlussrunde wird der Ausstellungsbesuch reflektiert. Mitarbeiter\*innen können dabei einzelne Vermittlungsziele aufgreifen und in der Gruppe noch einmal besprechen. Auch haben die Kinder die Möglichkeit, von ihrem Ausstellungserlebnis zu berichten und ebenso auf einzelne Erfahrungen einzugehen.

## **AUSSTELLUNGSBEREICHE**

### **Handylocker**

Für alle steht ein Handylocker bereit, in dem die persönlichen Smartphones während des Ausstellungsbesuchs sicher verwahrt werden können.

Sowohl Erwachsene als auch Kinder sollen dazu angeregt werden, sich auf den Ausstellungsbesuch zu konzentrieren und nicht von ihren eigenen Smartphones ablenken zu lassen. Aus der medienpädagogischen Forschung wissen wir, dass besonders Vorbilder für Kinder wichtig sind. Als Erwachsene sind wir Vorbilder, wenn wir unser Handy einmal weglegen und die Zeit aktiv gemeinsam mit unseren Kindern genießen.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Kinder und Jugendliche werden in einer mediatisierten Welt voller Bildschirme groß. Oft sind Bilder von ihnen schon wenige Stunden nach der Geburt in Familiengruppen auf WhatsApp zu finden. Im Kindergarten werden vereinzelt digitale Medien genutzt, in der Straßenbahn gibt es Bildschirme mit Werbung und Information, in der Volksschule schon vereinzelt Tablet-Klassen. Auch ihre Bezugspersonen – Eltern, LehrerInnen usw. – erleben Kinder oft sehr viel mit digitalen Medien beschäftigt. Der Handylocker gibt diesen Bezugspersonen die Möglichkeit bewusst Zeit ohne digitale Medien mit ihren Kindern zu verbringen. Gleichzeitig ist er eine Intervention, um für die Kinder Modelllernen zu ermöglichen. Auch Erwachsene können ohne Smartphone sein, als Vorbilder legen sie bewusst für diese Zeit das Smartphone weg und lassen sich somit mehr auf das gemeinsame Erlebnis ein.

### **Zeitmaschine-Intro – Zurück in die Vergangenheit**

Besucher\*innen stoßen auf einen Ventilator-Monitor, der wie eine Leinwand einen kurzen Einführungsfilm zeigt. Im Film reisen die Besucher\*innen mittels einer Zeitmaschine begleitet von einer Ratte 600 Jahre in der Zeit zurück ins Jahr 1410. Am Ende der Reise geht der Zeitmaschine die Energie aus. Die Ratte erklärt, wie die Ausstellung und das Spiel

funktionieren. Sie informiert, dass die Besucher\*innen in der Spielwelt, in die sie in der Ausstellung eintauchen, Abzeichen sammeln sollen, die sie am Ende in Energie umtauschen können, um die Zeitmaschine wieder zu aktivieren und in die Gegenwart zurückreisen zu können.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Im Sinne eines interaktiven Storytellings passiert hier der erste Schritt für die BesucherInnen, um sich auf ein gemeinsames Abenteuer einzulassen. Das Zeitmaschinen-Intro bietet damit die pädagogische Grundlage für den Ausstellungsbesuch. Das Sammeln von Abzeichen als Element der Gamification ist ein vertrauter Prozess für Kinder, die bereits Erfahrung mit Bildschirmspielen haben. Es soll motivieren, sich mit den verschiedenen Exhibits auseinanderzusetzen. Gleichzeitig wird auch klar gemacht, dass es Ziele zu erreichen gibt. Die Ratte wird als durchgehende Begleiterin eingeführt.

# 1. ABGs/Datenschutz

## 1.1 Stadt betreten

Am Eingang in die mittelalterliche Stadt und somit ins Spielgeschehen müssen



Besucher\*innen die Stadtgesetze akzeptieren und im Laufe des Spiels die ABGs reflektieren. Das passiert, wenn sich das Kind zum ersten Mal mit seinem persönlichen QR-Code bei einer Station einloggt. Das kann bei jeder beliebigen

Station geschehen oder am Eingang zur Stadt beim Stadttor. Das Alter des Kindes (nicht das Geburtsdatum) wird abgefragt. Außerdem gibt es seinen Namen ein, es kann auch ein fiktiver Spielname sein. Die Ratte überzeugt die Besucher\*innen davon, die Stadtgesetze unreflektiert rasch zu akzeptieren, damit ihr Abenteuer losgeht und das Spiel starten kann. Im Laufe des Spiels werden sie damit konfrontiert, dass sie die Stadtgesetze noch einmal überprüfen und ändern sollten.

Besucher\*innen werden also aufgefordert, vorschnell Bestimmungen zu akzeptieren – ähnlich wie man oft vorschnell ABGs im Internet akzeptiert. Im Laufe des Spiels werden diese Bestimmungen immer wieder überprüft und die Besucher\*innen reflektieren, welchen Regeln sie zugestimmt haben.

Das sind die ABGs der Stadt:

*Ich werde mich nach bestem Wissen und Gewissen der spätmittelalterlichen Zeit entsprechend benehmen.*

*Ich bin mit meinem Gaststatus einverstanden: Ich muss von meinen Einkünften nichts abgeben.*

*Ich muss bei der Bewachung der Stadt nicht mithelfen.*

*Ich darf bei Fehlverhalten jederzeit aus der Stadt ausgewiesen werden.*

*Ich helfe beim Feuer löschen.*

***Ich bin mit personalisierter (auf mich zugeschnittener) Werbung einverstanden.***

*Ich werde mein Brot nicht in den Trinkbecher tunken.*

*Ich bringe zum Essen mein eigenes Messer mit.*

*Ich werde mit der Hand essen.*

*Ich werde mir nicht mit dem Ärmel den Mund abwischen oder die Nase putzen.*

*Ich werde den Schutz der Stadt aufrechterhalten und keine Geheimnisse preisgeben.*

***Auf meinen Standort darf zugegriffen werden.***

*Ich helfe allen, die Hilfe brauchen.*

*Ich werde nicht gegen die Kleiderordnung verstoßen.*

*Ich halte Abstand zu anderen, wenn ich mich krank fühle.*

*Ich gehe zur Profei (Toilette), wenn ich mal muss.*

***Fotos und Videos, auf denen ich zu erkennen bin, dürfen von der Stadt uneingeschränkt verwendet werden, ohne mich darüber zu informieren.***

***Ich erlaube den Zugriff auf mein Mikrofon und bin mit der Verwendung meiner Stimme einverstanden.***

*Ich werde kein Schmutzwasser in den Brunnen kippen.*

*Ich werde keinen Müll auf die Straße werfen.*

## **Medienpädagogischer Hintergrund**

Von zahlreichen Plattformen und Diensten kennen Kinder das Akzeptieren von Geschäftsbedingungen. Hinter der Abkürzung AGBs versteckt sich jedoch oft ein rechtliches Konvolut, das Betreiber\*innen tiefgreifende Datenanalyse und weitreichende Rechte zur Datenverarbeitung erlaubt. Üblicherweise sind diese Berechtigungen nur verlinkt, also nicht direkt beim Akzeptieren sichtbar. An dieser Station können Kinder die Stadtregeln sehen, werden jedoch durch das Spieldesign unter Druck gesetzt, diese zu akzeptieren. Im Rahmen des weiteren Besuches ist es dann möglich, der Stadt gewisse „Rechte“ zu entziehen (beispielsweise an der eigenen Stimme, an Fotos usw.) Die Station spielt auf pädagogische Art damit, dass einerseits unter Zeitdruck entschieden werden muss, andererseits es in diesem Rahmen gar nicht möglich ist, sich umfangreich mit den „AGBs“ (Stadtregeln) zu beschäftigen.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Wer hat schon einmal AGBs akzeptieren müssen (in dem Wissen, dass die Kinder das Wort AGBs meistens nicht kennen)?
- Wer hat diese Geschäftsbedingungen gelesen beziehungsweise weiß, was in ihnen steht?
- Was könnte denn in solchen Geschäftsbedingungen stehen?
- Habt ihr eine Idee: welche Daten dürfen nicht abgefragt werden? (Einfache Beispiele wären hier z.B. Gesundheitsdaten, außer diese sind unbedingt notwendig für die App. Ein Bildschirmspiel darf mich nicht nach meinem Gesundheitszustand oder meiner sexuellen Orientierung fragen.)

## **Zusatzinformationen für Begleitpersonen:**

Allgemeine Geschäftsbedingungen sind vorformulierte Vertragsbedingungen, die standardmäßig auf eine Vielzahl von Verträgen zutreffen. Dadurch werden einzelne Verträge vereinfacht und kurzgehalten. Durch einen entsprechenden Verweis erhalten sie im jeweiligen Vertrag Gültigkeit. Unternehmen, die täglich eine viele weitgehend gleichende Verträge abschließen, verwenden Allgemeine Geschäftsbedingungen. Zum Beispiel Versicherungen oder Banken.



## **Gesammelte Daten**

- Absolvierung der Station – Badge: Account angelegt
- Zeitdauer
- Zustimmung zu den Stadtregeln
- Alter des Kindes (nicht das Geburtsdatum)
- Vorname des Kindes (bzw. fiktiver Spielname)

### 1.2 Schutzamulett gestalten

Besucher\*innen erhalten eine Karte mit ihrem persönlichen QR-Code, mit dem sie sich bei den Stationen der Ausstellung einloggen können. Für Schulgruppen gibt es verschiedene Karten – je nachdem, ob die Schüler\*innen eine Einverständniserklärung der Erziehungsberechtigten mithaben oder nicht. Aber auch ohne Einverständniserklärung kann die Ausstellung besucht und am Spiel teilgenommen werden, allerdings sind nicht alle Bereiche spielbar.

An dieser Station können Besucher\*innen eine runde Kartonkarte mit ihren Initialen oder ihrem Namen versehen und als Schutzamulett gestalten. Dieses Schutzamulett wird mit der Zugangskarte gemeinsam an einem Band um den Hals gehängt.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Viele Bildschirmspiele arbeiten zunehmend mit Individualisierung. Das Aussehen meiner Spielfigur, bestimmte Bewegungsmuster usw. können im Rahmen des Spiels an die eigenen Vorlieben angepasst werden. Dadurch wird es möglich, tiefer in die Geschichte bzw. Erzählung einzutauchen. Diese Station dient der Vertiefung des narrativen Elements und soll die Kinder weiterführend mit der Erzählung der Ausstellung in Verbindung bringen, in dem sie ihren Selbstausdruck stärkt.

### **Zusatzinformationen für Begleitpersonen:**

Ein Amulett ist etwas, das Menschen bei sich tragen und dem magische oder schützende Kräfte zugeschrieben werden. Amulette sind in allen Kulturen bekannt und seit Jahrtausenden in Verwendung. So wurden zum Beispiel im alten Ägypten der Skarabäus als Amulett getragen. Auch heute tragen viele Menschen einen Glücksbringer bei sich oder haben ein Schutzamulett im Auto hängen.

### 1.3 Foto machen



Besucher\*innen können ein Foto von sich machen und reflektieren, ob man sein Foto als Biometrie-Passwort verwenden möchte. Sie erfahren, dass das System ihre biometrischen Daten speichern möchte. Sie reflektieren gemeinsam mit der Ratte, ob sie zulassen wollen, dass jemand ihr Foto und somit ihre biometrischen Daten speichert. Die Stadtgesetze werden noch einmal aufgerufen und es besteht die Möglichkeit, die Zustimmung bei folgendem Punkt zu widerrufen: Fotos und Videos, auf denen ich zu erkennen bin, dürfen von der Stadt uneingeschränkt verwendet werden, ohne mich darüber zu informieren. Die Kinder haben die Möglichkeit, sich mittelalterliche Kopfbedeckungen aufzusetzen, bevor sie das Foto machen.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Biometrische Daten dienen unter anderem der eindeutigen Identifizierung von Personen. An dieser Station können Kinder ein Foto von sich anfertigen, werden aber nachher durch die Ratte zur Reflexion angeregt, ob sie die Rechte an der Nutzung dieses Fotos der Stadt überlassen wollen. Durch einen Blick in die AGBs sehen die Kinder, dass die Freigabe der Stadt umfangreiche und uneingeschränkte Nutzungsrechte an ihrem Bild erlaubt. Es gibt die Möglichkeit mit dieser Information aktiv die Zustimmung zu belassen oder auch die Rechte an der Nutzung zu entziehen.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- War dir bewusst, dass du der Nutzung deines Fotos beim Betreten der Stadt zugestimmt hast?
- Wie findest du es, dass die Stadt (der/die Betreiber\*in) dein Foto weltweit und uneingeschränkt nutzen darf?
- Wenn du nochmal in die Ausstellung gehen würdest, würdest du die Zustimmung von Anfang an erlauben oder verbieten?
- Kennst du Plattformen / Dienste, die dein Foto nutzen oder auf deine Fotos zugreifen dürfen?

### **Gesammelte Daten**

- Absolvierung der Station – Badge: AGBs gecheckt
- Zeitdauer

- Zustimmung zur Stadtregel Fotos und Videos, auf denen ich zu erkennen bin, dürfen von der Stadt uneingeschränkt verwendet werden, ohne mich darüber zu informieren.
- Foto

### **Zusatzinformationen für Begleitpersonen:**

Kinderfotos sollten nicht leichtfertig auf Social-Media-Plattformen gepostet werden. Eltern müssen dabei auch die Persönlichkeitsrechte ihrer Kinder berücksichtigen. Was können Eltern tun, um ihre Kinderfotos auf Social Media zu schützen?

Nicht das Gesicht des Kindes posten. Zum Beispiel Kinder von hinten fotografieren oder so, dass das Gesicht nicht zu erkennen ist. Dafür kann man auch einen Filter zum Verpixeln verwenden.

Eltern sollen so wenige Informationen über ihr Kind preisgeben wie möglich. Also keine Informationen zum Wohnort, Hobbies uä.

Eltern sollen auch die Persönlichkeitsrechte ihrer Kinder vor Dritten schützen. Daher sollen Erziehungsberechtigte auch Freund\*innen und Verwandte darauf aufmerksam machen, dass es die Privatsphäre und die Persönlichkeitsrechte von ihren Kindern zu wahren gilt und daher sie nicht einfach Fotos von den Kindern posten dürfen. Wichtig ist es auch, die Privatsphäre-Einstellungen zu überprüfen, sodass nur akzeptierte Freund\*innen/Follower\*innen diese Fotos sehen können.

## 2. Werbung/Spam

### 2.1 Pferd versorgen



Besucher\*innen werden digital von einem Stallburschen gebeten, ein Pferd zu versorgen. Während sie das Pferd analog striegeln, den Stall ausmisten und das Pferd mit Wasser versorgen, wird auf einem Monitor Werbung eingeblendet, die sich auf die Objekte (Bürste, Eimer, Mistgabel) bezieht, die das Kind gerade verwendet. Die Ratte ist irritiert darüber, dass die angezeigte Werbung zu den Interaktionen passt, die das Kind gerade tätigt. Sie regt das Kind dazu an, die Stadtregeln zu überprüfen und die Zustimmung bezüglich personalisierter Werbung zu überdenken. Es besteht die Möglichkeit, die Zustimmung bei folgendem Punkt zu widerrufen: *Ich bin mit personalisierter (auf mich zugeschnittener) Werbung einverstanden.*

Belohnt wird die Hilfe mit einem Mitcoin.

#### Medienpädagogischer Hintergrund

Personalisierte Werbung ist auf einzelne User\*innen zugeschnitten und versucht, bestmöglich persönliche Präferenzen zu treffen. Dies geschieht auf Basis der eigenen Mediennutzung. User\*innen digitaler Medien sind mit hunderten, teilweise auch tausenden solcher Werbungen täglich konfrontiert. Anbieter\*innen brauchen jedoch die aktive Zustimmung, um personalisierte Werbung anbieten zu dürfen. An dieser Station erleben Kinder, wie personalisierte Werbung funktioniert. Sie bezieht sich in diesem Fall auf die aktuelle Handlung des Kindes. Wie bei allen großen Plattformen haben Kinder auch hier die Möglichkeit im Zuge der Reflexion mit der Ratte die Zustimmung zum Anzeigen von personalisierter Werbung zu entziehen.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Welche Werbung siehst du im Internet?
- Siehst du immer dieselbe Werbung oder ändert sich diese manchmal? Warum glaubst du, sehen Klassenkolleg\*innen andere Werbung als du?
- Warum weiß beispielsweise YouTube, welche Werbung es dir zeigen soll?
- Kannst du dich erinnern, dass du personalisierter Werbung zugestimmt hast?

## Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badge: Werbung aufgespürt
- Zeitdauer
- Zustimmung zur Stadtregel Ich bin mit personalisierter (auf mich zugeschnittener) Werbung einverstanden.
- Mitcoin

### Zusatzinformationen für Begleitpersonen:

Wie funktioniert das mit der Werbung auf Social Media? Werbetreibende sammeln über Social Media Plattformen Daten der Benutzer\*innen und können so passgenaue Werbung den jeweiligen Menschen zukommen lassen. Dabei handelt es sich um kostenpflichtige Werbeeinschaltungen. Firmen können beispielsweise Videos, Fotos, Reels usw. schalten. Anders als bei Fernsehwerbung können sie ihre Werbung genau für ihre vorab ausgewählte Zielgruppe streuen. Und das geht, weil sie das Verhalten der User\*innen gut kennen und die Daten analysieren. Auch wissen Firmen, ob jemand bei einer Werbeeinschaltung länger zusehen oder diese vielleicht öfters angesehen hat. Dann bekommt man bestimmt rasch wieder eine solche Werbung zugespielt. Oftmals sind die Werbungen allerdings so gestaltet, dass auf den ersten Blick gar nicht klar ist, ob es sich um einen unterhaltsamen Beitrag oder um Werbung handelt. Laut Gesetz muss eine Werbeeinschaltung z.B. mit dem Wort „Anzeige“ oder „Werbung“ angezeigt werden. Oft geschieht das sehr kurz oder es ist so gestaltet, dass User\*innen das nicht wahrnehmen.

## 2.2 Preis gewinnen

Besucher\*innen werden digital aufgefordert, an einem Gewinnspiel teilzunehmen. Ein großartiger Preis lockt: Man kann ein Einhorn gewinnen. Aus bunten Plättchen legen Besucher\*innen analog ein Glasfenster und fotografieren es. Um an dem Gewinnspiel teilnehmen zu können, müssen sie Daten (keine realen persönlichen Daten) von sich preisgeben, dem Account der Glasfenster-Firma folgen, zwei andere Stadtbewohner\*innen verlinken und sich analog dreimal im Kreis drehen. Die Kinder bekommen sofort die Rückmeldung, dass sie leider nicht gewonnen haben. Die Ratte reflektiert, dass das Gewinnspiel nur ein Trick war, damit die Glasfenster-Firma mehr



Follower\*innen bekommt und Werbung für den Account gemacht wird. Die Kinder erhalten einen Mitcoin.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Persönliche Daten sind eine Form der digitalen Währung im Internet. Für Unternehmen sind sie zu Werbezwecken, aber auch zu Analysezwecken äußerst wertvoll. Viele Anbieter\*innen locken mit Gewinnspielen, bei denen es notwendig ist, persönliche Daten preiszugeben, um am Gewinnspiel teilnehmen zu können. An dieser Station reflektieren Kinder die Preisgabe dieser Daten anhand fiktiver persönlicher Informationen. Die Ratte weist darauf hin, dass das Gewinnspiel nicht echt war, die Daten jedoch jetzt preisgegeben wurden. Für Kinder wird spürbar, dass ihre Daten etwas wert sind, aber auch, dass nicht jedes Gewinnspiel im Internet echt ist (vor allem, wenn es zu gut klingt, um wahr zu sein).

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Kennst du Gewinnspiele im Internet?
- Welche Daten sollte man nie von sich teilen?
- Welche Daten glaubst du sind besonders wertvoll für Firmen?

### **Gesammelte Daten**

- Absolvierung der Station – Badge: **Persönliche Daten geschützt**
- Zeitdauer
- Daten, die die Kinder eingeben
- Mitcoin

## 3. Selbstwirksamkeit und Kooperation

### 3.1 Tanzen



Besucher\*innen sehen digital Filme von 4 unterschiedlichen Varianten eines Tanzes, der viral geht. Die Ratte motiviert sie, selbst eine Version des Tanzes, der gerade in ist, aufzunehmen. Besucher\*innen können die Filmsequenz dann posten. Daraufhin ist das Video auf Wandzeitungen im Ausstellungsraum öffentlich zu sehen. Die Ratte stellt in Frage, ob man wirklich möchte, dass das persönliche Video von allen Menschen gesehen werden kann. Besucher\*innen erhalten hier einen Mitcoin.

#### Medienpädagogischer Hintergrund

Ein Element von Medienkompetenz ist Mediengestaltung – also das selbstständige Erschaffen und Verändern von digitalen Produkten. An dieser Station können Kinder Mediengestaltung aktiv üben und ihr eigenes Produkt mit ihnen selbst im Mittelpunkt erschaffen. Im Zuge dieser medialen Selbstdarstellung und Präsentation im Rahmen der Ausstellung wird per Reflexionsfrage das Kind angeregt darüber nachzudenken, ob es möchte, dass das Video von allen Menschen gesehen werden kann. Es kann die entsprechende Berechtigung auch entziehen, das Video verschwindet dann. Diese Station kombiniert Medienkritik (also kritische Mediennutzung), Medienkunde (das Wissen über digitale Medien, beispielsweise wie sie sich verbreiten und wer Inhalte sehen kann) und Mediengestaltung und gibt dem Kind die Möglichkeit eine reflektierte Entscheidung zu treffen. Die Konsequenzen dieser Entscheidung sind unmittelbar sichtbar.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Wo hast du schon einmal Videos / Fotos von dir gepostet?
- Warum posten Menschen Bilder oder Fotos von sich?
- Was braucht es, dass ein Video viral geht? Welche bekannten oder viralen Videos kennt ihr denn? Warum sind diese Videos viral gegangen?

#### Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badge: **Trend gesetzt**
- Zeitdauer
- Tanzvideo
- Mitcoin

### Zusatzinformationen für Begleitpersonen:

Man spricht davon, dass ein Video viral geht, wenn es in kurzer Zeit oft gesehen, weitergeschickt und mit Reaktionen versehen wird (Likes, Kommentare, ...). Dabei spielen der Zeitpunkt, wann es hochgeladen wird, der Inhalt (ist es aktuell, witzig, emotional, ...). Dahinter steckt ein Algorithmus. Der Algorithmus berücksichtigt Signale von Nutzer\*innen wie Kommentare, Likes, Anzahl der Follower, aber auch, wie lange Nutzer\*innen Inhalte ansehen. Dazu kommen noch sowie Videoinformationen wie Schlüsselwörter und Hashtags, verwendete Musik und Sounds usw.

Das erste Youtube Video hieß „Ich im Zoo“ und wurde 2005 hochgeladen. Das Video dauerte 19 Sekunden und zeigte Jawed Karim, einen der Mitbegründer von YouTube. Er steht dabei vor einem Elefantengehege und beschreibt zwei Elefanten. Fast allen ist auch noch das Video Gangnam Style von Psy in Erinnerung – Musik, die ins Ohr geht, ein Tanz und ein witziges Video. *„Mit mehr als einer halbe Milliarde Views in rund zwei Wochen haben Matthias Luft und Anja Hager einen Instagram-Rekord aufgestellt: Das Autoblogger-Paar ist nun Urheber des meistgesehenen Reels auf der Plattform. Ein großer Erfolg sowohl für das Blogger-Paar als auch für Autobauer Volkswagen, dessen Technik in dem Clip erklärt wird. [...] Bei unserem Video sieht man durchs Seitenfenster, dass ein Auto auf Matthias zufährt, er es aber vermeintlich nicht sieht. Dass das kein richtiges Fahrzeug ist, sieht man ja erst hinterher. Außerdem lösen wir ja auch auf, was der Sinn des Videos ist und erklären das Gezeigte.“*

*Die "Auflösung" des Gezeigten trägt vielleicht auch mit dazu bei, dass viele Instagram-Nutzer\*innen das Video mehrfach schauen“ (<https://omr.com/de/daily/instagram-reels-rekord-motoreport>).*

### 3.2 Feuer löschen



Hier handelt es sich um keine eigene Station, die Interaktion findet an all den Stationen statt, wo Besucher\*innen eingeloggt sind. Wie bei bekannten Computerspielen gibt es auch hier ein Event, das nur in der Gemeinschaft gelöst werden kann. Circa alle 45 Minuten automatisch oder von einem Mitarbeiter/einer Mitarbeiterin ausgelöst beginnt es plötzlich, in der Stadt zu brennen. Alle sind gefordert, das Feuer zu löschen. Sie können das nur als Community erreichen. Zentral in der Ausstellung



steht ein Brunnen, an dem die Besucher\*innen Wasser holen müssen. Eingebaut sind vier Scanner, der 2-4 Sekunden lang anschwellendes blaues Licht auf die Spielkarte der Kinder projiziert und ein Geräusch (füllendes Wasser) ist zu hören. Zum Schluss blinkt er kurz grün zum Zeichen, dass das "Aufladen" fertig ist. Mit den aufgefüllten Spielkarten laufen die Kinder wieder zu ihrer Station zurück und scannen sie ein. So kann das Feuer in der Stadt gemeinsam gelöscht werden.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Zahlreiche digitale Medien setzen auf Wettbewerb und kompetitive Elemente. Zentrales Element ist es, gegeneinander anzutreten. Auf Social Media wird um Klicks und Aufmerksamkeit gekämpft, in Bildschirmspielen gegeneinander angetreten. Im Rahmen dieser Station werden Analog- und Digitalangebot miteinander verschränkt. Die User\*innen können die Herausforderung nur gemeinsam lösen. Sie müssen dazu kooperieren und analoge und digitale Technik einsetzen.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Kennst du Plattformen oder Spiele, bei denen man nur gemeinsam spielen oder gewinnen kann?

### **Gesammelte Daten**

- Absolvierung der Station – Badge: Feuer gelöscht
- Zeitdauer

### **Zusatzinformationen für Begleitpersonen:**

Eines der bekanntesten und beliebtesten Multiplayer-Spiele ist Fortnites. Es wurde im Jahre 2017 von Tim Sweeney, dem Gründer Epic Games, erfunden und veröffentlicht. Ausgangspunkt ist die „Spawn-Insel“, auf welcher man mit den anderen 99 Spielern wartet, bis der Battlebus losfliegt. Aus diesem Bus springt man dann mit einem Fallschirm ab.

Wenn man gelandet ist, muss man so schnell wie möglich Waffen finden, um die anderen Spieler zu eliminieren. Ziel ist es, als letzter übrig zu sein. Dann hat man gewonnen. Es gibt verschiedene Wettbewerbe, sogenannte Cups, bei denen man Geld und bspw. eine Axt gewinnen kann. Es gibt eine eigene Währung, die V-Bucks, die mit realem Geld gekauft

werden. Damit kann bessere Ausrüstung gekauft werden. Das Spiel ist ab 12 Jahren freigegeben, aber es spielen schon viele jüngere Menschen.

### 3.3 Stadttor bauen

Der Steinmetzmeister fordert die Besucher\*innen digital dazu auf, analog aus drei unterschiedlich großen Steinen ein Stadttor zu bauen. Dazu müssen sich mindestens drei Spielende zusammenschließen. Sie bauen gemeinsam das Tor aus analogen Spielsteinen auf.

Belohnt wird die Hilfe mit drei Mitcoins. Diese Station kann beliebig oft gemacht werden, allerdings bekommt man nur beim ersten Mal Mitcoins.

#### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Zahlreiche digitale Medien setzen auf Wettbewerb und kompetitive Elemente. Zentrales Element ist es, gegeneinander anzutreten. Auf Social Media wird um Klicks und Aufmerksamkeit gekämpft, in Bildschirmspielen gegeneinander angetreten. Im Rahmen dieser Station werden Analog- und Digitalangebot miteinander verschränkt. Die User\*innen können die Herausforderung nur gemeinsam lösen. Sie müssen dazu kooperieren und analoge und digitale Technik einsetzen.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Kennst du Plattformen oder Spiele, bei denen man nur gemeinsam spielen oder gewinnen kann?
- Wie leicht war es Mitstreiter\*innen für diese Station zu finden?
- Wie könnte ich online jemanden finden, mit dem ich kooperiere / zusammenarbeite?

Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badge: Zusammen gearbeitet
- Zeitdauer
- 3 Mitcoins

## 4. Influencer\*in sein

### 4.1 Töpfern und verkaufen



Die Kinder werden digital von der Töpferin dazu aufgefordert, etwas zu töpfeln. Multimedial unterstützt töpfeln die Kinder ein Produkt und können dieses hinterher in einem Online-Shop verkaufen. Die Kinder haben unterschiedliche Möglichkeiten ihr Produkt in Szene zu setzen und so möglichst gut anzupreisen. Durch den Verkauf erhalten sie einen Mitcoin.

Die Kinder reflektieren, wie Influencer\*innen Geld verdienen – sie verkaufen eigene Produkte in Online-Shops.

#### Medienpädagogischer Hintergrund

Diese Station gibt User\*innen die Möglichkeit selbst als Influencer\*in tätig zu werden. Eigene Produkte können designt und angepriesen werden. Dabei ist es möglich, das eigene Produkt in möglichst gutem Licht dastehen zu lassen und zu Werbezwecken zu verschönern. Medienuser\*innen sind ständig mit digitalen Produkten konfrontiert – in Onlineshops oder auch in Form von Werbung auf Social Media. Digital beworbene Produkte sind von Verkäufer\*innen sorgfältig in Szene gesetzt und werden mit entsprechender Marketingstrategie verkauft. Im Sinne der Medienkritik und Mediengestaltung reflektieren Kinder hier, wie Produkte in Szene gesetzt und beworben werden können, sehen aber auch die unmittelbare Reaktion auf diese Form von Werbung und Inszenierung. Mittels Mitcoins werden sie entsprechend „belohnt“. Gezeigt werden auch Mechanismen, die Kinder aus anderen digitalen Medien kennen – Countdowns, künstliche Verknappung (x andere UserInnen beobachten gerade dein Produkt) u.ä.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Hast du schon einmal online etwas gekauft?
- Wo hast du dieses Produkt entdeckt? Wer hat es dir gezeigt?
- Hast du schon einmal selbst online etwas verkauft?

#### Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badge: **Online verkauft**
- Zeitdauer

- Mitcoin
- getöpferetes Produkt

## 4.2 Schmieden und influencen



Die Besucher\*innen stellen analog durch Kaltschmieden mit Kupferdraht, Hilfsvorrichtungen und einem Hammer eine Ringfibel her. Dann schlüpfen sie in die Rolle eines Influencers/einer Influencerin und produzieren selbst digital einen kurzen Werbefilm für die Schürze, die sie während des Schmiedens tragen. Inspiriert werden sie dazu von vier Animationen, in denen andere „Influencer\*innen“ Werbung für die Schürze machen, dabei benutzen sie typische Werbemittel wie Rabattcodes und Ähnliches.

Belohnt wird die Werbung mit einem Mitcoin.

Besucher\*innen reflektieren, wie Influencer\*innen Geld verdienen – sie machen Werbung für bestimmte Produkte.



### Medienpädagogischer Hintergrund

Influencer\*innen sind als eigene Berufsgruppe in zahlreichen Sozialen Medien präsent. Auch Kinder kennen bereits Influencer\*innen, wie die Oberösterreichische Kindermedienstudie aus 2024 gezeigt hat. An dieser Station schlüpfen Kinder selbst in die Rolle von Influencer\*innen und werden somit von reinen Konsument\*innen im Sinne einer umfassenden Medienkompetenz selbst zu Medienproduzent\*innen. Sie produzieren also sowohl Inhalt (Content) in Form eines Videos, vertreiben dabei aber auch ein Produkt. Dazu nutzen sie vertraute Methoden, beispielsweise Rabattcodes. Kinder reflektieren dabei, wie Influencer\*innen Geld verdienen. Über direkten Kontakt zu den Zuschauer\*innen in Form des Videos „werben“ sie nebenbei (neben der Tätigkeit des Schmiedens) für die Schürze, die sie gerade tragen.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Welche Influencer\*innen kennst du?
- Wie verdienen Influencer\*innen Geld?
- Welche Tricks nutzen Influencer\*innen, um Produkte zu bewerben?

## Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badge: **Als Influencer\*in gearbeitet**
- Zeitdauer
- Mitcoin
- Werbevideo

### Zusatzinformationen für Begleitpersonen:

Um als ein eigenes Konto auf Social Media Plattformen zu haben, muss man 13 Jahre alt sein. Dennoch gibt es zahlreiche Kinder (kidfluencer genannt) und Jugendliche, die als Influencer\*innen Inhalte und Produkte bewerben und damit Geld verdienen. Da stecken erwachsene Erziehungsberechtigte dahinter, die das Konto angelegt haben.

Handelt es sich dann dabei um Kinderarbeit? Und wie können die Rechte von Kindern geschützt werden?

„Aber wie können wir sicherstellen, dass Kinderrechte auch in der digitalen Welt geschützt werden? Darüber hat sich der UN-Ausschuss für die Rechte von Kindern in seinem Bericht Nr. 25 aus dem Jahr 2021 Gedanken gemacht.[...] Die Arbeit als Kidfluencer kann Risiken für die Kinderrechte mit sich bringen. Da es nicht genug Regelungen gibt, welche Kidfluencer schützen, besteht ein dringender Handlungsbedarf“ (<https://kija-wien.at/einfache-sprache-was-sind-kidfluencer-und-ist-kidfluencing-kinderrechtlich-problematisch/>). Auf der Website der Kinder- und Jugendanwaltschaft Wien sind wichtige Informationen dazu zu finden.

## 5. Soziale Kommunikation

### 5.1 Sprachnachricht aufnehmen



Besucher\*in loggt sich bei der Station ein. Es gibt Gerüchte, dass die Stadt von einem Drachen bedroht wäre. Die Ratte fordert das Kind auf, seine eigene Meinung dazu, in ein Mikrofon zu sprechen. Die Ratte tut das auch. Die Sprachaufnahme der Ratte wird durch künstliche Intelligenz verändert und ihre Stimme dazu benutzt, weitere Gerüchte über den Drachen zu verbreiten. Die entsetzte Ratte rät dem Kind dazu, dringend die Stadtregeln zu überprüfen und den Zugriff auf seine Sprachaufnahmen zu verweigern. Es besteht die Möglichkeit, die Zustimmung bei folgendem Punkt zu widerrufen: Ich erlaube den Zugriff auf mein Mikrofon und bin mit der Verwendung meiner Stimme einverstanden.

Die Kinder reflektieren die Stadtregeln und überprüfen ihre Zustimmung dazu. Sie erkennen, dass Stimmen durch KI verändert und missbräuchlich verwendet werden können.

#### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Künstliche Intelligenz hat in Form von textbasiertem System seit 2021 den weltweiten Markt erobert. Sogenannte LLM (Large Language Models) können in natürlicher Sprache Fragen beantworten und mit User\*innen interagieren. Bekannte Vertreter dieser Systeme sind beispielsweise ChatGPT von OpenAI oder Gemini von Google. Diese Systeme sind jedoch nicht auf geschriebenen Text reduziert, sie können auch mit gesprochener Sprache arbeiten. Sogenannte Deep Fakes nutzen Audio- und Videomaterial von Personen, um diese alle erdenklichen Dinge sagen und tun zu lassen. Trainiert werden KI-Systeme zu einem guten Teil durch die Daten der User\*innen. Jede Interaktion darf ausgewertet und verwendet werden. An dieser Station können Kinder die Möglichkeiten von KI live erleben, reflektieren jedoch auch, ob sie die Zustimmung zur Datenverarbeitung weiter belassen wollen. Kindern soll bewusst werden, dass sie mit ihrer Zustimmung zu den AGBs Plattformen weitreichende Nutzungsrechte einräumen, diese jedoch auch (zumindest fallweise) entziehen können.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Kennst du eine Plattform / App, die deine Stimme verwenden darf?  
(Ein Beispiel wäre hier WhatsApp, wenn ich z.B. Sprachnachrichten verschicke.)

WhatsApp darf zwar die Nachrichten nicht anhören, jedoch uneingeschränkt auf mein Mikrofon zugreifen)

- Wie findest du es, dass deine Stimme verwendet / verändert werden kann? Sollte das erlaubt sein?
- Hast du beim Betreten der Stadt gemerkt, dass du der Verwendung deiner Stimme zugestimmt hast?

### **Gesammelte Daten**

- Absolvierung der Station – Badge: **Stimmenmissbrauch verhindert**
- Zeitdauer
- Zustimmung zur Stadtregel: Ich erlaube den Zugriff auf mein Mikrofon und bin mit der Verwendung meiner Stimme einverstanden.

### **Zusatzinformationen für Begleitpersonen:**

Es gibt bereits viele Deep Fake Videos, in denen bekannte, österreichische Persönlichkeiten zu sehen sind. Ein Beispiel wäre der Bundespräsident Alexander Van der Bellen. „Beim Video handelt es sich um eine gefälschte ZiB-Sendung, die über eine lukrative Investitionsmöglichkeit berichtet: Angeblich können Sie mit 250 Euro einen Gewinn von 250.000 Euro machen. Im Video wird eine Rede von Alexander Van der Bellen eingeblendet. Er erläutert, dass allen Österreicherinnen und Österreichern eine automatisierte Plattform zum Investieren in Gas zur Verfügung gestellt wird. In weiterer Folge erklären „Expert/innen“, wie die Registrierung bei der Plattform abläuft. [...] Die Qualität der Deep-Fake-Videos ist sehr unterschiedlich. Schlechte Videos erkennen Sie an der schlechten Videoqualität, abgehacktem Sprechen und unüblichen Mundbewegungen. Entlarvt werden solche Videos meist auch an Feinheiten: Spricht die Person wirklich so? Hat sie nicht einen anderen Dialekt? Drückt sie sich so aus? Deep-Fakes werden aber immer professioneller und schwerer zu erkennen. Wir raten dazu, mehrere Quellen abzugleichen und nach weiteren Berichten dazu in seriösen Medien zu suchen. Achten Sie darauf, dass Sie nicht auf einer gefälschten Nachrichtenseite landen. Überprüfen Sie die dafür die Internetadresse genau. Grundsätzlich gilt: Seien Sie bei hohen Gewinnversprechen immer vorsichtig. Dahinter steckt in der Regel Betrug. Wenn etwas zu schön ist, um wahr zu sein, dann ist es auch nicht wahr!“

(<https://www.onlinesicherheit.gv.at/Services/News/Deepfake-Videos-mit-bekanntem-Gesichtern-locken-in-Investmentfallen.html>)

## 5.2 Karren fahren



Besucher\*innen bekommen digital den Auftrag, für einen Händler Waren ausfahren. Sie tun dies multimedial unterstützt, während sie auf einem analogen Karren sitzen, den sie mit Fahrleinen steuern. Ihre Fahrt wird unterbrochen: Der Händler ruft an, weil er wegen der Standorterkennung weiß, dass sie in die falsche Richtung gefahren sind. Der Ochse hat Durst und Hunger. Wegen der Standorterkennung können die Kinder rasch eine Wasserstelle finden (wie bei Google Maps). Die Kinder haben die Möglichkeit, die Standorterkennung bewusst zuzulassen oder zu verweigern, indem sie ihre Zustimmung zu der Stadtregel „Auf meinen Standort darf zugegriffen werden“ überprüfen.

Belohnt wird die Hilfe mit einem Mitcoin.

Besucher\*innen erkennen, dass Standorterkennung Vor- und Nachteile haben kann.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Durch moderne Satellitennavigation und andere Ortungssysteme ist es möglich den aktuellen Standort von User\*innen teilweise metergenau zu erfassen. Zahlreiche Apps nutzen diese Ortungsmöglichkeiten: Navigationssysteme wie Google Maps oder Apple Karten, aber auch WhatsApp, TikTok, Snapchat, Instagram sowie viele Spiele (um andere Spieler\*innen in der Nähe anzuzeigen). Ohne eine solche Ortung wäre es nicht möglich, eine App zur Navigation zu nutzen. Diese Station verfolgt zwei medienpädagogische Ziele: im Sinne der Medienkritik und Medienkunde sollen Kinder erkennen, dass der Händler ihren Standort jederzeit abrufen kann. Er kann also kontrollieren, wo sie sich aufhalten und einen „Fehler“ sofort bemerken. Die Kinder sollen aber auch reflektieren, dass nur die Standorterkennung es möglich macht, rasch eine Wasserstelle für den Ochsen zu finden. Vor- und Nachteile stehen somit eng beieinander und sind nicht trennscharf. Ziel ist es, dass Daten mit Vorsatz, also bewusst geteilt werden und die Entscheidung reflektiert stattfindet.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Wie war es für dich herauszufinden, dass der Händler immer auf deinen Standort zugreifen darf?



- Kennst du Apps, die auf deinen Standort zugreifen dürfen?
- Wann ist es hilfreich deinen Standort zu teilen? Wann sollte es auf keinen Fall passieren?
- Wer darf wissen, wo du gerade bist? Bei wem ist es besser, wenn er/sie es nicht weiß?

### Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badge: **Standort bewusst geteilt**
- Zeitdauer
- Mitcoin
- Zustimmung zur Stadtregel: **Auf meinen Standort darf zugegriffen werden.**

### Zusatzinformationen für Begleitpersonen:

In den 80er Jahren wurden die ersten Navigationssysteme für Fahrzeuge entwickelt. Waren diese Systeme zu Beginn noch teuer und noch nicht besonders genau, sind die heutigen Navis bei den meisten Autos schon eingebaut. Viele lassen sich mit Stimme anleiten und Fahrer\*innen müssen nicht einmal mehr Adressen eintippen. Dank GPS werden Routen schnell angezeigt und Fahrer\*innen können Angaben zur Benützung von bestimmten Straßen (z.B. keine Autobahnen, Mautstraßen, ...) hinzufügen. Sie berechnen auch die Fahrtzeit und passen diese je nach Hindernissen wie Baustellen und Staus an.

Nicht nur in Fahrzeugen wird GPS für die Standortbestimmung genutzt, auch in Sportuhren kommt es zum Einsatz. So können Laufstrecken, Distanzen oder Höhenmeter berechnet und gespeichert werden. Es gibt Golfuhren, die alle Golfplätze weltweit kennen und anzeigen, wie weit das nächste Loch entfernt ist, welche Geländeformen vorhanden sind usw.

Auch über Handys haben sogenannte Trackingfunktionen. Damit können nicht nur Eltern ihre Kinder „überwachen“, sondern auch Paare wissen so, wo sich der/die Partner\*in aufhält. Dabei stellt sich die Frage, ob es sinnvoll ist, andere zu überwachen.

### 5.3 Schreiben mit Gänsefeder



Besucher\*innen bekommen digital den Auftrag, einen Brief zu beenden. Während die Kinder mit einer analogen Gänsefeder multimedial unterstützt mittelalterliche Buchstaben schreiben, kommuniziert die Ratte auf unterschiedlichen digitalen Kanälen. Dabei erzählt sie, mit wie vielen Menschen

sie in der Zeit, in der das Kind geschrieben hat, in Kontakt war und verweist so auf die Schnelligkeit digitaler Kommunikation.

Belohnt wird die Hilfe mit einem Mitcoin.

Besucher\*innen reflektieren die Geschwindigkeit digitaler Kommunikation im Vergleich mit analoger Kommunikation.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Zahlreiche Studien belegen, dass effizientes Multitasking nicht möglich ist. Wir können bestimmte, vor allem physische Tätigkeiten ausführen und nebenbei etwas anderes tun – ein Beispiel wäre Autofahren und nebenbei mit einer Freundin sprechen. Sobald wir jedoch im dichten Stadtverkehr rückwärts einparken müssen, sind wir kognitiv so gefordert, dass ein tiefgehendes Gespräch nicht mehr möglich ist. Diese Station dient dazu, digitale Ablenkung und vermeintliches Multitasking sichtbar zu machen. Während die Kinder konzentriert eine Aufgabe erfüllen, ist die Ratte in ständiger Interaktion mit ihrem Handy. Am Ende gibt sie einen Überblick über die vielen Kontakte, die stattgefunden haben. Damit soll im Sinne der Medienkritik auch verdeutlicht werden, welche Flut an digitalen Informationen in wenigen Minuten eintreffen kann.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Wie viele Nachrichten bekommst du pro Tag? (Falls Kinder schon ein Smartphone haben.)  
Alternativ: Wie viele Nachrichten, glaubst du, bekommen deine Eltern pro Tag?
- Wo erlebst du Menschen besonders abgelenkt durch das Handy?
- Glaubst du, dass man mehrere Dinge gleichzeitig machen kann? Hast du Beispiele dafür, wo das funktioniert oder nicht funktioniert?

### **Gesammelte Daten**

- Absolvierung der Station – Badge: **Gut getextet**
- Zeitdauer
- Mitcoin
- 
- Geschriebene Schriftzeichen

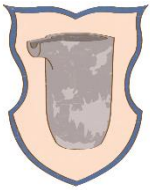
**Zusatzinformationen für Begleitpersonen:**

Sich auf eine Sache zu konzentrieren ist für viele Menschen in unserer schnellen Welt schwierig. Ständig sind wir mit vielen Reizen konfrontiert. Nicht mehrere Dinge gleichzeitig erledigen zu wollen, sondern sich auf eines zu konzentrieren, kann man üben. Eine Übung, die auch mit Kindern einfach durchzuführen ist, wäre die liegende Acht. Dafür werden beide Handflächen zusammengelegt und die Arme vor dem Körper geradeaus gestreckt. Nun wird mit den Händen groß eine liegende Acht vor dem Körper gemacht.



## 6. Infoquelle/Fake News

### 6.1 Heilmittel herstellen



Die Ratte ist erkrankt. Das Kind möchte ein Heilmittel für die Ratte herstellen.

Die Ratte recherchiert dazu ein Rezept im Minternet. Unreflektiert klickt die Ratte auf das erste Rezept, das bei ihrer digitalen Suche erscheint. Die Ratte fordert das Kind auf, nun selbst aus den angebotenen analogen Ingredienzien

das ultimative Heilmittel zu mischen. Das Kind sucht die richtigen analogen Zutaten und stellt sie in einen markierten Bereich. Die Ratte trinkt das Heilmittel, das aber keine Wirkung zeigt. Die Ratte stellt in Frage, ob alle Informationen, die im Minternet zu finden sind, stimmen.

Die Besucher\*innen erkennen, dass das Internet ein schnelles Recherche-Instrument ist, aber nicht alle Informationen im Internet der Wahrheit entsprechen.

### Medienpädagogischer Hintergrund

Seit vielen Jahren zeigen Jugendstudien, dass das Internet Informationsquelle Nummer 1 für viele Fragen ist. In vielerlei Hinsicht ist das Internet ein mächtiges Recherche-Tool und die größte Wissenssammlung der Welt. Selbstverständlich jedoch entspricht bei weitem nicht alles im Internet der Wahrheit. Anbieter\*innen können sich gegen Bezahlung oder mit geschicktem Marketing in Suchergebnisse weit oben platzieren. An dieser Station reflektieren Kinder auf Ebene der Medienkritik, Medienkunde und Mediennutzung wie das Internet auch falsche Informationen liefert, selbst wenn diese in den Suchergebnissen besonders gut gereiht sind. Die Ratte hinterfragt als Begleiterin das Ergebnis kritisch und führt die Kinder somit zur abschließenden Reflexionsfrage.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Bist du schon einmal im Internet auf falsche Informationen gestoßen? Wenn ja, welche? Oder kennst du jemand anderen, dem das passiert ist?
- Warum stellen Menschen Informationen online, die nicht wahr sind?

### Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badge: **Falschinformation aufgedeckt**
- Zeitdauer

**Zusatzinformationen für Begleitpersonen:**

Welche Ergebnisse in der Fülle der Datenmenge dir bei Suchanfragen im Internet angezeigt werden, hängt von mehreren Faktoren ab. Von den Wörtern, die bei der Suchanfrage eingegeben wurden, dein Standort, die Sprache der Eingabe, die Aktualität und vieles mehr. Die meisten von uns klicken vermutlich nur die ersten Ergebnisse an und durchsuchen nicht die vielen Seiten, die uns eine Suchmaschine auswirft. Daher ist es vor allem Firmen wichtig, dass sie möglichst weit vorne gereiht werden. Um das zu erreichen, gibt es eigene Firmen, die eine sogenannte Suchmaschinenoptimierung (SEO) für andere anbieten.

## 6.2 Musikinstrumente erkennen



An einer Wand sieht man analog als Grafik 5 Musizierende, allerdings ohne ihre Instrumente. Sie verweisen in Sprechblasen darauf, welche Instrumente sie spielen. Besucher\*innen haben die Aufgabe, die Instrumente richtig zuzuordnen. Dazu nutzen sie die digitale Suchmaschine Mittelpedia. Durch die Informationen in den Sprechblasen der Musizierenden kann das Kind mit Hilfe von Mittelpedia herausfinden, welches Instrument zu welchem Musizierenden gehört. Die Instrumente sind große Grafiken von illustrierten Instrumenten, die zum richtigen Musikanten gebracht werden müssen. Hat das Kind das Instrument richtig zugeordnet, hört es, wie das Instrument klingt. Wenn alle Instrumente richtig zugeordnet wurden, erklingt eine kurze Melodie und das Kind erhält einen Mitcoin. Besucher\*innen erleben, dass das Internet ein schnelles Recherche-Instrument ist, mit dessen Hilfe man sehr schnell an Wissen kommen kann.

Richtige Zuordnung der Begriffe und Instrumente:

- Laute: birnenförmig – Hand – Holz - Saiten
- Sackpfeife/Dudelsack: sackförmig – Hand und Mund – Holz - Tierhaut
- Zink: schmal – Hand und Mund – Holz - Grifflöcher
- Trommel: rund – mit der Hand – Holz – Tierhaut
- Schellenkranz: rund – mit der Hand – Metall

Folgende Informationen sind in den Sprechblasen zu lesen:

- Laute: „Mein Instrument ist wie ein Obst geformt und wird mit der Hand gespielt. Zum größten Teil besteht es aus Holz.“
- Sackpfeife/Dudelsack: „Mein Instrument spiele ich mit dem Mund und der Hand. Ein Teil meines Instruments ist sackförmig, ein Teil davon besteht aus Holz.“
- Zink: „Mein Instrument ist schmal und lang geformt und wird mit dem Mund und der Hand gespielt. Zum größten Teil besteht es aus Holz und es hat Grifflöcher.“
- Trommel: „Mein Instrument ist rund geformt und wird mit der Hand gespielt. Zum größten Teil besteht es aus Holz, es enthält aber auch Tierhaut.“
- Schellenkranz: „Mein Instrument ist eher rund, ich spiele es mit der Hand. Ein Teil meines Instruments ist oft aus Leder oder Holz, ein Teil davon besteht aus Metall.“

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Das Internet kann auch als schnelles Recherche-Tool zu beliebigen Fragen hochwertige Informationen liefern. Als Gegenstück zur vorherigen Station mit den unwahren Informationen können Kinder hier das Internet nutzen, um eine sehr spezifische Frage konkret zu beantworten und die Station zu absolvieren.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Hast du schon einmal selbstständig etwas im Internet recherchiert / gesucht? Wenn ja, was denn? Und wie waren die Ergebnisse, die du gefunden hast?
- Warum stellen Menschen Informationen (beispielsweise zu Musikinstrumenten) ins Internet?

### **Gesammelte Daten**

- Absolvierung der Station – Badge: **Gut recherchiert**
- Zeitdauer
- Mitcoin

### **Zusatzinformationen für Begleitpersonen:**

Für alle, die Texte, Vorträge, Referate, schriftliche Arbeiten usw. verfassen, ist es wichtig, dass ihre Aussagen korrekt und belegbar sind. Das Internet bietet dafür – neben Büchern, Fachzeitschriften, ... - gute Literatur. [Google Scholar](#) ist eine Suchmaschine für die Literaturrecherche wissenschaftlicher Dokumente. Diese können sowohl gratis als auch

kostenpflichtig eingesehen werden. Darüber hinaus bieten viele Universitäten Literatur online an. Das Internet ist also eine sinnvolle Ergänzung zur klassischen Recherche. Wichtig ist beim Arbeiten mit Texten aus dem Internet, dass diese mit vertrauenswürdigen Quellen belegbar sind.

### 6.3 Drachen jagen



Besucher\*in loggt sich ein. Die Bevölkerung der Stadt ist in großer Aufregung, denn ein Drache bedroht die Stadt. Die Ratte motiviert die Besucher\*innen dazu, mit einer analogen Armbrust den Drachen zu vertreiben. Schießt das Kind auf den vermeintlich vorbeifliegenden Drachen und trifft auch, sieht man digital auf einem Monitor Blätter, einen Hut und eine unverletzte Taube vom Himmel fallen. Es handelt sich allerdings nie um einen Drachen. Die Ratte wirft die Frage auf, ob es wirklich Drachen gibt oder ob die Bedrohung durch den Drachen eine Falschmeldung war. Vielleicht handelt es sich sogar um Fake News? Für die Hilfe beim Vertreiben des vermeintlichen Drachen erhält das Kind einen Mitcoin. Besucher\*innen erkennen, dass man nicht allen Informationen glauben sollte, denn es könnte sich um Fake-News handeln.

#### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Fake-News sind ein kulturelles Massenphänomen der Gegenwart, welches in dieser Größenordnung erst durch das Internet ermöglicht wurde. Jede Person mit Internetanschluss kann sich an diesen Falscherzählungen beteiligen, sie aber eben auch über Plattformen teilen und damit einer noch größeren Öffentlichkeit zugänglich machen. Wahrheit und Lüge werden auch durch die teilweise hochwertige Aufbereitung von Fake News schwieriger auseinanderzuhalten. An dieser Station reflektieren Kinder, dass nicht alles, was viele Menschen erzählen, automatisch wahr sein muss. Gerüchte können sich verselbstständigen und damit ein Eigenleben bekommen. Das Internet bietet dafür die perfekte Möglichkeit.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Hast du geglaubt, dass es einen Drachen gibt? Wie war es für dich zu sehen, dass es eine Falscherzählung / Fake News waren?
- Kennst du andere Fake News bzw. bist du selbst schon einmal Fake News im Internet begegnet?

- Was bedeutet der Begriff Fake News?

### **Gesammelte Daten**

- Absolvierung der Station – Badge: **Fake News erkannt**
- Zeitdauer
- Mitcoin

### 6.4 Burg entwerfen

Das Kind bekommt digital vom Baumeister den Auftrag, die höchste Burg des Landes zu entwerfen. Die Ratte regt das Kind dazu an, künstliche Intelligenz dazu zu verwenden. Das Kind zeichnet seine Burg analog mit wenigen Strichen auf Papier und scannt die Zeichnung ein. Die KI macht aus der Zeichnung einen Text, der vorgelesen wird. Daraufhin wird in einem weiteren Schritt dieser Text in ein KI-Bild einer Burg umgewandelt. Diese Burg wird nicht der historischen Realität entsprechen, weil die KI auf alle Daten im Internet zugreift. Die Ratte reflektiert darüber, welche Daten die KI als Grundlage nutzt. Besucher\*innen lernen KI kennen und benutzen sie reflektiert.

Belohnt wird die Hilfe mit einem Mitcoin.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

Auch diese Station nimmt Bezug auf das komplexe Thema der künstlichen Intelligenz. Aus der Zeichnung der Kinder wird für die KI ein sogenannter Prompt erstellt, also eine Eingabe bzw. ein Befehl, was die KI machen soll. Zentrales Element der Bedienung von KI ist es, dass diese ihre Antworten immer basierend auf dem eingegebenen Prompt liefert. Ebene jene Prompts zu designen, wird zunehmend ein eigenes Berufsfeld. Je genauer ich sagen kann, was ich möchte, desto besser ist das Ergebnis. Kinder können an dieser Station selbst aktiv KI nutzen, um aus einer Zeichnung einen Prompt zu erstellen und diesen anschließend visuell umzusetzen. Die Ratte reflektiert mit ihnen, wie zentral der Prompt für die passende Umsetzung ist. Sie erzählt jedoch auch, dass KI-Systeme auf bestehenden Daten lernen und im engeren Sinne nicht zwischen wahr und falsch unterscheiden. Sie zeichnen also, wenn es der Prompt zulässt, auch ganz fantastische Schlösser und Burgen, die es so in der Realität nie gegeben hat oder geben könnte.



### *Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Hast du schon einmal KI benutzt? Kennst du andere KI-Systeme?
- Hat die KI-Burg so ausgesehen, wie die, die du gezeichnet hast?
- Hat das KI-System verstanden, was du wolltest?

### **Gesammelte Daten**

- Absolvierung der Station – Badge: **KI ausprobiert**
- Zeitdauer
- Mitcoin
- Skizze des Kindes & KI-Bild

### **Zusatzinformationen für Begleitpersonen:**

Mit Künstlicher Intelligenz können nicht nur Texte, sondern auch Bilder erstellt werden. Dafür gibt es sowohl kostenlose als auch kostenpflichtige Programme. Um Bilder zu erstellen, müssen sogenannte „prompts“ eingegeben werden. Dabei handelt es sich um Beschreibungen, anhand derer die KI ein Bild generiert. Je genauer diese Prompts sind, desto hochwertiger werden die Bilder. Interessant ist es auch, wenn man Prompts mehrmals verändert und sich die Änderungen in den Bildern ansieht.

Dennoch kreieren diese Anwendungen oftmals seltsame Bilder – so haben Menschen sechs Finger oder mehrere Arme. Daher ist es wichtig, diese Bilder, wenn man sie verwenden möchte, genau zu kontrollieren. Darüber hinaus müssen die Nutzungs- und Urheberrechte beachtet werden. Auch, wenn das Bild einzigartig ist, greift die KI auf bereits bestehende Fotos, Bilder und Informationen zurück.

## 7. Selbstdarstellung

### 7.1 Jonglieren für Likes



Besucher\*in loggt sich in der Station ein und hat die Möglichkeit, ein Video von sich aufzunehmen und ähnlich wie auf Social Media zu posten. Die Ratte motiviert die Besucher\*innen dazu, das zu tun. Das Kind filmt sich selbst beim Jonglieren mit Tüchern. Während das Kind das Video aufnimmt, haben andere Besucher\*innen die Möglichkeit, direkt durch das Drücken auf große analoge Taster die Videoaufnahme zu liken. Gleichzeitig wird das Video automatisch gelikt, Herzen tauchen auf. Abschließend erscheint die Ratte und erinnert das Kind: „Vergiss nicht, du bist mehr als die Likes, die du bekommst. Nur ein einziges Like ist wichtig, nämlich, dass es DIR gefällt!“ Das Kind erhält einen Mitcoin. Besucher\*innen denken darüber nach, dass ihr Selbstwertgefühl nicht von Likes auf Social Media abhängt.

#### Medienpädagogischer Hintergrund

Große Social Media Plattformen haben in vereinzelt Experimenten die Likes und Kommentare bei den Accounts von Kindern und Jugendlichen ausgeblendet. Als Folge nahm die intensive Nutzung der Plattformen schlagartig ab. Die Möglichkeit Inhalte zu liken ist ein zentrales Element der Nutzung. An dieser Station können Kinder eben dieses Gefühl reflektieren, bekommen jedoch auch die Rückmeldung, dass es vor allem darum geht, dass ihre Inhalte ihnen selbst gefallen. Auf medienpädagogischer Ebene reflektieren sie dabei indirekt Wirkmechanismen von Social Media.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Welche Social Media Plattformen kennst du? Gibt es welche, die du selbst nutzt?
- Hast du schon einmal etwas wo gepostet? Wie war das für dich?
- Würdest du die Plattform auch nutzen, wenn man nichts liken kann?
- Wie wichtig ist es dir, dass dein Foto / Video dir selbst gefällt? Warum meinst du, hat die Ratte gesagt, dass das das Wichtigste ist?

#### Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – **Likes gesammelt**
- Zeitdauer
- Video

- Mitcoin

### **Zusatzinformationen für Begleitpersonen:**

Die Rückmeldung über Likes wie Herzen, Daumen hoch oder das Teilen spricht das menschliche Belohnungssystem im Gehirn an. Daher reagieren viele Menschen positiv darauf und wollen natürlich mehr davon. Das hängt mit der Dopaminausschüttung im Gehirn zusammen. Im realen Leben bekommen wir oftmals nur wenige positive Rückmeldungen. Auf Social Media geht das leichter. Einmal tippen und schon hat man ein Herz oder ein Like hinterlassen. Ein weiterer Aspekt ist auch das Vergleichen mit den unzähligen, scheinbar perfekten Menschen und deren Leben. Das Wallstreet Journal hat sechs internationale Studien herangezogen und kam zu folgenden Ergebnissen: „Besonders Mädchen scheinen anfällig für negative Effekte zu sein. 66 Prozent geben an, sich auf Instagram in negativer Weise mit anderen zu vergleichen (vs. 40 % der Jungen). Mehr als die Hälfte (52 %) derjenigen, die von solchen Vergleichen berichten, nennen als Auslöser Bilder zum Thema Schönheit. Ein Drittel (32 %) der Mädchen stimmt außerdem der Aussage zu, dass Instagram Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper verstärken würde“ (Leibniz-Institut für Medienforschung Hans-Bredow-Institut: <https://leibniz-hbi.de/3590/>)

### 7.2 Foto-Filter aufdecken



Besucher\*in loggt sich bei der Station ein, daraufhin öffnet sich Minstagram. Das Kind sieht Bilder der Personen, auf die es in der Ausstellung trifft. Die Personen sehen auf den Bildern allerdings viel besser aus als in der „Realität“ der Ausstellung. Die Wache hat viel mehr Muskeln, der Stallbursche hat wallende Haare, die Schmiedin wirkt jünger mit glatter Haut. Das Kind kann nun die Filter, die über den Bildern liegen, wegwischen und so das „Foto“ sehen, das den Bildern zugrunde liegt und auf dem die Charaktere ganz anders aussehen. Dann hat das Kind die Möglichkeit, die Filter über ein Bild der Ratte zu ziehen und zu beobachten, wie sich das Originalbild verändert. Besucher\*innen erleben dass

Fotos auf Social Media durch Filter verändert werden können und dadurch nicht der Realität entsprechen.

## Medienpädagogischer Hintergrund

Alle gängigen Social Media Plattformen arbeiten mit komplexen Filtersysteme, die aufwändige optische Veränderungen vollständig automatisieren. Zunehmend sind diese Filter standardmäßig aktiviert, es wird also jedes Foto oder Video automatisch „attraktiver“ gemacht. An dieser Station reflektieren Kinder die zunehmende Veränderung von Inhalten durch Filter, erleben aber auch die Möglichkeit diese Filter zu deaktivieren und somit ein Vorher-Nachher zu erleben. Sie können auch selbst Filter einsetzen und damit erste Experimente durchführen. Im Sinne der Medienkritik wird der kritische Umgang mit Fotos geschult und das Wissen gestärkt, dass nicht alle Inhalte der Realität entsprechen. Durch das Filter-wegwischen geschieht dies auf spielerische Weise.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Hast du gleich erkannt, dass auf den Dorfbewohner\*innen Filter waren?
- Wie war es, den Unterschied zwischen Vorher und Nachher zu erleben?
- Welchen Filter fandest du für die Ratte besonders lustig?
- Hast du schon einmal Fotos gesehen, die mit einem Filter verändert wurden? Woran hast du erkannt, dass ein Filter benutzt wurde?

## Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badget: **Filter durchschaut**
- Zeitdauer

## Zusatzinformationen für Begleitpersonen:

Woran erkennt man, dass Fotos mit Filter bearbeitet wurden? Zuerst ist es hilfreich, die Quelle zu überprüfen. Darüber hinaus gibt es die sogenannte umgekehrte Bildersuche. Also rückwärts suchen. Damit lässt sich herausfinden, auf welchen Webseiten ein bestimmtes Bild verwendet wird. Um mit einer Rückwärts-Bildersuche zu starten, braucht man [images.google.com](https://images.google.com) oder [www.tineye.com](http://www.tineye.com). Dort kann man das gespeicherte Bild via Drag-and-Drop auf das jeweilige Suchfeld ziehen und hochladen. So können Urheber\*innen festgestellt und Quellen aufgespürt werden.

(vgl. <https://lehrerweb.wien/aktuell/single/news/die-rueckwaerts-bildersuche-so-funktioniert>)

## 8. Programmieren

### 8.1 Truhe öffnen



Der Bäcker bittet die Besucher\*innen digital um Hilfe: Die Zunfttruhe ist verschlossen und soll geöffnet werden. Die Anleitung zum Öffnen der Truhe ist durcheinandergeraten. Die Kinder bringen die digitalen Bausteine in die richtige Reihenfolge. Dann führen sie die Lösungsschritte zum Öffnen der Truhe analog an einem komplizierten analogen Schloss einer realen Truhe aus und öffnen so die Truhe. Besucher\*innen „programmieren“ so einen analogen Lösungsweg. Der Bäcker bedankt sich für die Hilfe und die Kinder bekommen einen Mitcoin. Besucher\*innen erkennen, dass Programmieren ein Lösungsweg ist, der auch analog ausgeführt werden kann.

#### Medienpädagogischer Hintergrund

Programmieren ist ein logischer Vorgang, der darauf basiert, systematisiert Anweisungen zu geben, welche dann Schritt für Schritt befolgt werden. An dieser Station gibt es für die Kinder die Möglichkeit digital und analog zu programmieren, im Sinne der Mediengestaltung also tätig zu werden. Analoge und digitale Prozesse werden verschränkt und eine Verbindung zwischen zwei Welten hergestellt.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Hast du schon einmal etwas programmiert? (Manche Kinder haben bereits Programmiererfahrung aus Kursen oder in der Schule.)
- Weißt du, was ein Computerprogramm ist?

#### Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badge: **Code geknackt**
- Zeitdauer
- Mitcoin

#### Zusatzinformationen für Begleitpersonen:

Um eine Programmiersprache zu erlernen, braucht es mehrere Jahre. Aber man kann mit Hilfe von bestimmten Programmierertools relativ rasch einfache Programmierungen ausprobieren. Viele von ihnen sind auch open source Programme, die sich im Aufbau her ähnlich sind. Ein Beispiel dafür wären Open Roberta für die Programmierung von Lego Mindstorm Robotern oder auch Micro:Bits.

## 8.2 Mühle reparieren



Der Müller erscheint digital und bittet die Besucher\*innen um Hilfe. Die Getreidemühle steht still und muss wieder in Gang gebracht werden. Die Mühle besteht aus einem großen Monitor. Vor dem Monitor befindet sich eine Vorrichtung, die über unterschiedliche Aufhängemöglichkeiten verfügt. Das Kind muss nun analoge (Wasserrinne, Welle und Holzzahnrad, Trichter, Getreidesack) und digitale Elemente am Monitor (Wasser, Mühlrad, Welle und Zahnrad 2 mit Mahlstein) richtig anordnen. Durch die Anordnung der Elemente an die richtigen Stellen wird die Getreidemühle in Gang gebracht. Die Problemlösung entspricht einem Programmieren mit digitalen und analogen Elementen.

Belohnt wird die Hilfe mit einem Mitcoin.

Besucher\*innen erleben, dass Programmieren ein Lösungsweg ist, der sowohl analog als auch digital ausgeführt werden kann.

### Medienpädagogischer Hintergrund

Programmieren ist ein logischer Vorgang, der darauf basiert systematisiert Anweisungen zu geben, welche dann Schritt für Schritt befolgt werden. An dieser Station gibt es für die Kinder die Möglichkeit digital und analog zu programmieren, im Sinne der Mediengestaltung also tätig zu werden. Analoge und digitale Prozesse werden verschränkt und eine Verbindung zwischen zwei Welten hergestellt.

Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:

- Hast du schon einmal etwas programmiert? (Manche Kinder haben bereits Programmiererfahrung aus Kursen oder in der Schule.)
- Weißt du, was ein Computerprogramm ist?

### Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badge: **Problem gelöst**
- Zeitdauer
- Mitcoin



## 8.3 Ordnung schaffen

Die Ständeordnung in der Stadt ist durcheinandergeraten. Durch ein Programmierspiel können die Besucher\*innen sie wieder in Ordnung

bringen. In einem aus 6x6 Kästchen bestehenden Labyrinth müssen die Vertreter\*innen der 4 Stände zu den Symbolen, die ihren Stand vertreten, geführt werden. Die Kinder programmieren den Lösungsweg mit Hilfe von Pfeilen. Es gibt einfache Regeln, die beim Programmieren zu befolgen sind: Die Vertreter\*innen der Stände dürfen einander nicht begegnen, ansonsten gibt es einen Konflikt. Manche Kästchen des Labyrinths sind von Drachen blockiert und dürfen nicht betreten werden, Mauern schränken die möglichen Wege ein. Wenn die Kinder die Wege richtig programmiert haben, bewegen sich alle Figuren an ihre richtige Stelle und die Ständeordnung wird wiederhergestellt. Dafür erhalten sie einen Mitcoin. Die Kinder erkennen, dass Programmieren ein digitaler Lösungsweg für ein Problem ist.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

An dieser Station gibt es für die Kinder die Möglichkeit, selbst aktiv zu programmieren und ihren Programmcode auch gleich zu testen. Kinder lernen, dass das Programmieren von Systemen eine logische Abfolge einzelner Schritte ist. Wenn diese fehlerfrei abläuft, ist der Programmcode erfolgreich (also richtig) geschrieben worden. Diese Station schult auch die Problemlösungs-Kompetenzen von Kindern.

### **Gesammelte Daten**

- Absolvierung der Station – Badge: **Programmiert**
- Zeitdauer
- Mitcoin

## 9. In-App-Käufe

### 9.1 Münze prägen

Die Kinder prägen analog eine Münze aus Metallfolie mit Prägestempeln. Diese Münze soll reales Geld darstellen und kann dann bei der Station 9.2 benutzt werden, um sein Wappen zu verbessern. Die Kinder erkennen, dass für InApp-Käufe echtes Geld verwendet werden muss.

### Medienpädagogischer Hintergrund

Wie schon an vorherigen Stationen wird auch hier das Prinzip der In-App-Käufe reflektiert, jedoch diesmal mit einer „echten“ Währung verbunden. Alle In-App-Käufe in der Realität sind nur gegen entsprechende Bezahlung möglich. Es geht also nicht ausschließlich darum, digitale Güter zu erwerben, sondern darum, dass diese auch entsprechend bezahlt werden müssen.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Hast du schon einmal etwas in einem Spiel oder einer App gekauft? Wie viel hast du dafür ausgegeben?
- Mit welchem Geld hast du im Spiel / in der App bezahlt?
- Was passiert mit deinen Einkäufen, wenn du das Spiel nicht mehr spielst? Oder dein Account gelöscht wird?

### Zusatzinformationen für Begleitpersonen:

Ab wann dürfen Kinder und Jugendliche selbst Geschäfte tätigen? Zwischen sieben und 14 Jahren ist jede Jugendliche/jeder Jugendliche beschränkt geschäftsfähig. Das bedeutet, dass die Jugendliche/der Jugendliche "Taschengeldgeschäfte" (in dieser Altersgruppe z.B. Kauf von Büchern oder CDs) ohne Zustimmung der Eltern abschließen kann.

Wenn die Jugendliche/der Jugendliche ohne Zustimmung der Eltern ein Geschäft abschließen, das kein bloßes "Taschengeldgeschäft" ist und sie/ihn auch verpflichtet (z.B. zur Zahlung des Kaufpreises), ist dieses Geschäft schwebend unwirksam. Das bedeutet, dass es ungültig ist, aber durch die nachträgliche Zustimmung der gesetzlichen Vertreterin/des gesetzlichen Vertreters noch gültig werden kann. Bis diese Zustimmung vorliegt, kann die Vertragspartnerin/der Vertragspartner (z.B. Mopedhändler\*in) nicht vom Vertrag zurücktreten. Genehmigt der gesetzliche



Vertreter/die Vertreterin das Geschäft nicht, so ist es von Anfang an ungültig – so als wäre der Vertrag nie zustande gekommen.

([https://www.oesterreich.gv.at/themen/gesetze\\_und\\_recht/gerichtsorganisation\\_der\\_justiz/zivilrecht/8/Seite.1740317.html#Umm](https://www.oesterreich.gv.at/themen/gesetze_und_recht/gerichtsorganisation_der_justiz/zivilrecht/8/Seite.1740317.html#Umm))

## 9.2 Wappen gestalten



Die in der Ausstellung verdienten Mitcoins können bei dieser Station dazu verwendet werden, ein individuelles digitales Wappen zu gestalten. Besondere Farben oder Schmuckelemente sind allerdings so teuer, dass sie den Wert der Mitcoins, die man in der Ausstellung verdienen kann, übersteigen. Möchte man sein Wappen damit gestalten, muss „echtes Geld“ verwendet werden. Um dieses „Geld“ herzustellen, können die Kinder mit Prägestempeln und Metallfolie bei der Station 9.1. Münzen prägen.

Das Kind kann sein Wappen speichern. Es wird in der Folge immer beim Einloggen angezeigt. Auch auf den Wandzeitungen wird es angezeigt, wenn das Kind Inhalte präsentiert. Das Kind kann an diese Station, so oft es will, zurückkommen.

Die Kinder erkennen, dass für In-App-Käufe echtes Geld verwendet werden muss.

### **Medienpädagogischer Hintergrund**

An dieser Station können die verdienten Mitcoins ausgegeben werden, um das eigene Wappen zu individualisieren. Für bestimmte Einkäufe muss jedoch „echtes“, also physisches Geld benutzt werden, welches vorher angefertigt werden muss. In-App-Käufe werden damit nachgebaut und Kinder sollen kritisch reflektieren, dass diese primär mit echtem Geld zu bezahlen sind und nicht ausschließlich digital existieren. Manche Veränderungen sind besonders hochpreisig und bekommen damit automatisch einen höheren Status – was teuer ist, muss gut sein.

*Weiterführende medienpädagogische Reflexionsfragen:*

- Wie viele Mitcoins hast du ausgegeben?
- Wie oft hast du dein Wappen verändert?
- War es dir wichtig, die besonders teuren Upgrades zu kaufen? Wenn ja, warum? Wenn nein, warum nicht?
- Welche Käufe hast du schon in Apps am Handy oder Tablet getätigt?

## Gesammelte Daten

- Absolvierung der Station – Badge: **Upgrade gekauft**
- Zeitdauer
- Gestaltetes Wappen
- Ausgegebene Mitcoins

## LITERATUREMPFEHLUNG

Eine Sammlung von Literatur, weiterführenden Inputs, Hinweisen und Materialien finden Besucher\*innen unter ***[www.damals1410.net](http://www.damals1410.net)***

## **ANMELDUNG & TERMINE**

Informationen und Anmeldung unter 0316 872 7700

Die Wegbegleitung für Gruppen dauert 1,5 Stunden.

mögliche Zeiten:

09:00–10:30

11:00-12:30

13:30-15:00

15:30-17:00