

**6|1** Cyber-Mobbing

**6|2** Virtualität und Realität

**6|3** Online-Sucht

**6|4** Werbung und Abzocke

# 6

▼ **Worauf wir achten sollten:  
Herausforderungen im Netz**



6

Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

**6\_1 Cyber-Mobbing**

6\_2 Virtualität und Realität

6\_3 Online-Sucht

6\_4 Werbung und Abzocke

## Cyber-Mobbing

Mobbing unter Kindern und Jugendlichen ist ein altbekanntes Phänomen. Doch während es sich früher auf vielleicht wenige Momente und Orte (z. B. in den Pausen oder dem Schulweg) beschränkte, ist es längst in die digitale Welt ausgeweitet. Und das bedeutet möglicherweise Mobbing rund um die Uhr und mit einem unüberschaubar großen Publikum. In den letzten Jahren hat sich dafür der Begriff **Cyber-Mobbing** durchgesetzt.

### Was ist Mobbing?

Um „Cyber“-Mobbing zu verstehen, ist es sinnvoll die Abgrenzung zum herkömmlichen Mobbing zu verdeutlichen. Mobbing bedeutet:

- einen anderen absichtlich zu erniedrigen, zu demütigen oder zu schikanieren,
- jede Form gewalttätigen Handelns: mit Worten, mit Gestik und Mimik, durch Ausgrenzung, Beleidigungen, Verleumdungen, Gerüchte, Körperverletzung oder anderes
- Attacken gegen eine bestimmte Person, die wiederholt und über einen längeren Zeitraum stattfinden,
- die Täterinnen und Täter sind physisch oder psychisch stärker oder vermeintlich stärker als die Opfer und
- ein Opfer hat kaum eine Möglichkeit, sich aus eigener Kraft aus dieser Situation der Ohnmacht zu befreien.

Anders als bei einem Streit oder einem Konflikt geht es bei Mobbing nicht um eine Sachfrage, sondern um Bosheit und Willkür, immer mit dem Ziel, das Opfer fertig zu machen. Es geht genau darum, dass sich der Täter mächtig fühlt und das Opfer ohnmächtig.

### „Rund um die Uhr und überall“

Was Cyber-Mobbing von Mobbing unterscheidet: Was sich in der realen Welt abspielt, findet sich in der digitalen wieder. Mit Cyber-Mobbing wird Mobbing mithilfe digitaler Medien bezeichnet. Dabei werden alle Technologien benutzt, die zur Verfügung stehen: Schmäh-Videos über YouTube, Beleidigungen per E-Mail, Drohungen in einer SMS, mittels WhatsApp oder sexuell anzügliche Anrufe auf dem Mobiltelefon. Eine besondere Rolle scheinen Social Communitys wie Facebook zu spielen, denn ihre Funktionen, wie das Kommentieren von Inhalten, das Veröffentlichen von Fotos, das Verfassen von Einträgen oder das Gründen von Gruppen, bieten neben dem positiven Nutzen auch Möglichkeiten zum Mobbing. Noch perfider wird die Sache mit so genannten „Fake-Profilen“, bei denen die Identität eines anderen vorgespielt wird und in dessen Namen unschöne Dinge veröffentlicht werden.



Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

**6\_1 Cyber-Mobbing**

6\_2 Virtualität und Realität

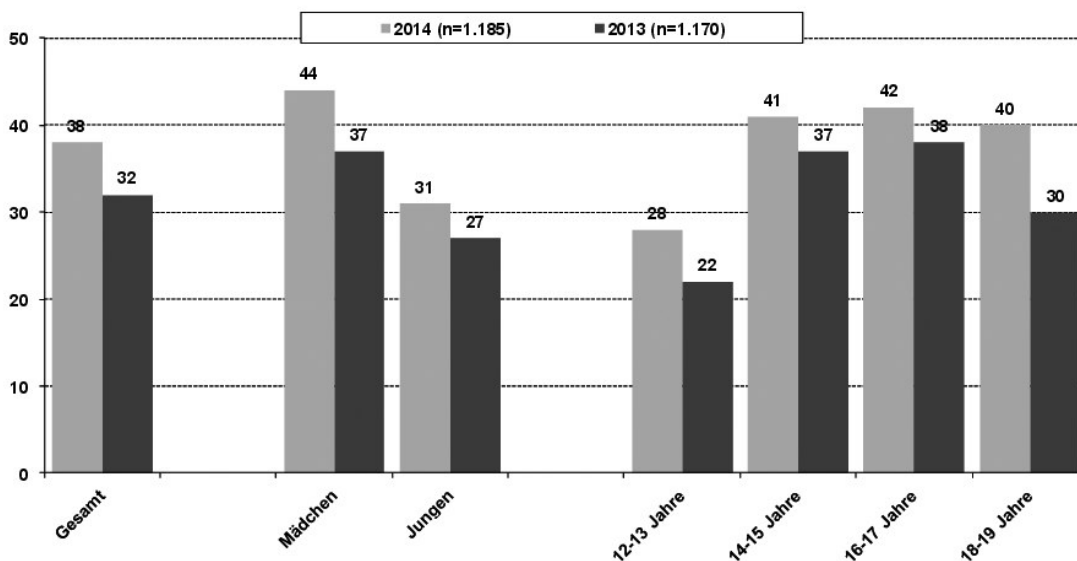
6\_3 Online-Sucht

6\_4 Werbung und Abzocke

Die JIM-Studie 2014 fragte ab, ob es im Bekanntenkreis jemanden gibt, der schon einmal im Internet

oder über das Handy fertig gemacht wurde. Mehr als ein Drittel der Befragten bejahte dies.

**Gibt es jemanden in deinem Bekanntenkreis, der schon mal im Internet oder übers Handy fertig gemacht wurde?**



Quelle: MPFS (2014); Angaben in %; Basis: Internet-Nutzer (2014: n=1.185; 2013: n=1.170) <sup>1</sup>

**Umfrage in NRW**

Besonders viel Aufsehen in den Medien erregte eine Umfrage, die das Forschungsinstitut FORSA im Auftrag der Techniker Krankenkasse in Nordrhein-Westfalen durchführte. Das Ergebnis war, dass ein Drittel der Schülerinnen und Schüler in NRW bereits einmal Opfer von Cyber-Mobbing war.<sup>2</sup> Trotzdem darf man nicht vergessen, dass alle Umfragen zum Thema auch kritisch zu hinterfragen sind. So gilt es bspw. zu beachten, welche Definition von Cyber-Mobbing zugrunde gelegt wurde oder welche Forschungsmethode (bspw. Online-Fragebogen oder Interviews) angewandt wurde. Mittlerweile gibt es eine Reihe auch internationaler Untersuchungen dazu.



**Aus der Praxis**

Dieses Thema verdient in der schulischen Arbeit breiten Raum. Es ist einfach wichtig, dass Kinder und Jugendliche die möglichen Konsequenzen kennen, wenn jemand – auch ohne böse Absicht – im Internet geärgert wird. Letztendlich und abseits von allen Fachfragen, sollte immer die Vermittlung des wichtigsten Aspekts im Vordergrund stehen: ein **respektvoller Umgang** miteinander!

### Rasend schnell und unüberschaubar

Videos, Fotos und Texte in Form von Kommentaren verbreiten sich unter Jugendlichen in Zeiten der ununterbrochenen Handy-Kommunikation rasend schnell. Kaum veröffentlicht („gepostet“ genannt), wissen es alle „Freunde“ auf Facebook. Heute bei YouTube eingestellt, kann ein Video schon morgen Tausende Zuschauerinnen und Zuschauer haben. Und ein Gedanke kann für das Opfer besonders quälend sein: Es weiß nicht, wer das verletzende Material gesehen hat, das Publikum ist unbekannt. Bei klassischem Mobbing wissen normalerweise nur wenige um eine Attacke, weil die Täterinnen und Täter eher in einer kleinen Gruppe mit ihren Taten angeben.

Im Internet können die Angreifer vermeintlich anonym handeln. Sie brauchen zunächst keine Konsequenzen zu fürchten, dadurch handeln sie vielleicht enthemmter. Wer das Leiden seines Opfers nicht sieht, kann die Folgen seines Angriffs auch schlechter einschätzen und weniger mitfühlen.

Die Folgen für das Opfer können in beiden Fällen verheerend sein und von Unbehagen und Hilflosigkeit über Selbstzweifel und Angst bis hin zur Verzweiflung führen, an deren Ende möglicherweise der Suizid steht.

Die entstehenden Dynamiken durch die Nutzung neuer Medien begünstigen zudem das Auftreten von Racheaktionen, bei denen das ursprüngliche Opfer selbst zum Täter wird. Die Attacken können sich gegenseitig aufschaukeln und so den Mobbing-Prozess immer weiter verschlimmern.

### Was ist neu?

- Eingriff rund um die Uhr, auch in das Privatleben
- Publikum ist unüberschaubar groß
- Publikum ist unbekannt
- Inhalte verbreiten sich extrem schnell
- Täter handeln anonym (geringe Konsequenzen, geringe Kosten für den Bully)
- Täter handeln enthemmter (Online-Enthemmungseffekt)
- körperliche Stärke ist unwichtig
- Folgen können schwerer abgeschätzt werden (Empathielücke)
- zusätzlich Visualisierungen (zu Gerüchten bspw.)

### „Cyber-Mobbing hat viele Gesichter“

Welche Formen gibt es?

Die Forscherin Nancy Willard hat im Jahre 2007 eine Systematik der Formen von Cyber-Mobbing erstellt<sup>3</sup>:

- Beleidigung, Beschimpfung
- Belästigung
- Anschwärzen, Gerüchte verbreiten
- Auftreten unter falschem Namen
- Bloßstellen und Betrugerei
- offene Androhung von Gewalt
- Ausschließen

Ergänzen könnte man diese Auflistung noch um „Happy Slapping“, bei dem ein Opfer verprügelt wird, damit die Video-Aufnahmen per Handy ins Netz gestellt werden können.

### Bystander im Mobbing-Prozess

Mobbing ist nicht nur ein Prozess zwischen zwei Personen sondern immer ein größeres Konstrukt. Im schulischen Kontext ist z. B. die ganze Klasse betroffen. Außenstehende, die über die Mobbing-Attacken Bescheid wissen, aber weder die Täter noch die Opfer unterstützen, werden als Bystander bezeichnet. Ihnen kommt in der Lösung des Mobbing-Prozesses eine Schlüsselrolle zu, denn sie können entscheidenden Einfluss auf den Verlauf nehmen. Sie können einerseits durch die weitere Unterstützung für die Täterseite die Schikanen verschlimmern, andererseits aber auch durch die sichtbare Verteidigung des Opfers – ob nun online oder von Angesicht zu Angesicht – die Täter zum Aufhören bewegen. Dabei können schon kleine Gesten der Unterstützung oder das Ansprechen der Täter weitere Handlungen positiv beeinflussen. Außenstehende Jugendliche scheinen jedoch oft das Gefühl zu haben, selbst nichts an der Situation verändern zu können.<sup>4</sup> Deshalb ist es besonders wichtig, die Einflussmöglichkeiten jedes einzelnen hervorzuheben!

Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz


**6\_1 Cyber-Mobbing**

6\_2 Virtualität und Realität

6\_3 Online-Sucht

6\_4 Werbung und Abzocke

**Was tun als Betroffener?**

Den wohl wichtigsten Tipp, den man jedem Opfer von Cyber-Mobbing geben kann, lautet: **Rede darüber!** Suche dir eine Vertrauensperson, die dir zuhört. Das kann sehr schwierig sein, weil dies der Punkt ist, an dem sich eingestanden werden muss, ein Opfer geworden zu sein. Der Punkt, an dem die Fehler bei sich selbst gesucht werden, die Opfer sich schämen und sich verantwortlich für die Situation machen. Der Schritt, sich einem anderen Menschen anzuvertrauen ist also ein großer! Wer niemanden findet, sollte das kostenlose Kinder- und Jugendtelefon (0800.1110333), die so genannte **Nummer gegen Kummer** wählen. Zudem können sich Betroffene mit ihren Problemen auch an  **juuport.de** wenden – eine Selbstschutzplattform von Jugendlichen für Jugendliche im Netz.

Zudem sollten Opfer Beweise sichern, was in der digitalen Welt einfacher ist als beim klassischen Mobbing. Die Täter hinterlassen Texte, Fotos oder Videos, die man auf dem eigenen Computer speichern und ausdrucken kann. Damit kann man das Gegenstück zu einem **Mobbing-Tagebuch** erstellen, in dem

man alle Vorkommnisse mit Datum, Ort und Zeit notiert. Somit hat man als Opfer auch schriftliche Beweise in der Hand, sollte es nötig werden, die Attacken belegen zu müssen – gegenüber Eltern, Lehrern oder der Polizei.

Im Klassenraum und im Büro ist es schwierig dem Täter aus dem Weg zu gehen, bei digitalen Medien kann man ihn aber leicht sperren und den Zugriff erschweren. Mit einer **neuen Handy-Nummer**, dem **Spam-Filter** bei E-Mails, dem **Blockieren** im Chatroom, dem **Löschen** aus der Freundesliste usw. kann man den Täter ausschließen und ignorieren. Wichtig ist es zudem, nicht auf die Attacken zu antworten: Einerseits, um dem Täter keine neue Vorlage für die nächste Attacke zu geben, andererseits, um nicht selbst in die Täterrolle zu geraten.

Schließlich bieten viele Netzwerke, Webseiten etc. die Möglichkeit einen Missbrauch zu melden. Davon sollten Opfer Gebrauch machen, denn der Täter erfährt nicht, wer ihn gemeldet hat. Nicht zu vergessen ist, dass Beleidigungen, Verleumdungen oder üble Nachrede, Betrug oder das Einstellen von Fotos (fremde bzw. mit fremden Personen) Straftaten sind. Hier sollte man sich als letzte Konsequenz nicht scheuen, einen Rechtsanwalt einzuschalten und eine Strafanzeige zu erstatten.



**Tipp:** Was tun als Betroffener?

- 1 Rede darüber!
- 2 Sichere Beweise! Führe ein Mobbing-Tagebuch.
- 3 Sperre den Täter!
- 4 Nutze die Meldemöglichkeiten!
- 5 Suche professionelle Hilfe.

Wie wir uns vernetzen: Communities, Nutzerkonten und Mikroblogging

6\_1 Cyber-Mobbing

**Links und weiterführende Literatur**

**Endnoten**

## Links und weiterführende Informationen

### Webseiten

[www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-mobbing/](http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-mobbing/)

Ausführlicher Themenbereich auf klicksafe.de zum Thema Cyber-Mobbing

[www.klicksafe.de/service/fuer-lehrende/zusatzmodule-zum-lehrerhandbuch/#c1524](http://www.klicksafe.de/service/fuer-lehrende/zusatzmodule-zum-lehrerhandbuch/#c1524)

Das klicksafe Zusatzmodul *Was tun bei Cyber-Mobbing?* mit weitergehenden Informationen und Unterrichtsmaterialien

[www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/ratgeber-cyber-mobbing/](http://www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/ratgeber-cyber-mobbing/)

Broschüre *Ratgeber Cyber-Mobbing. Informationen für Eltern, Pädagogen, Betroffene und andere Interessierte* von klicksafe

[www.nummergegenkummer.de](http://www.nummergegenkummer.de)

Anonyme und kostenlose Beratung am Kinder- und Jugendtelefon oder am Elterntelefon

[www.juuuport.de](http://www.juuuport.de)

Beratungsportal von Jugendlichen für Jugendliche

[www.bke-beratung.de](http://www.bke-beratung.de)

Angebot für Jugendliche und Eltern der Bundeskonferenz für Erziehungsberatung (bke)

[www.no-blame-approach.de](http://www.no-blame-approach.de)

Interventionsansatz bei Mobbing an der Schule

## Endnoten

<sup>1</sup> MEDIENPÄDAGOGISCHER Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.) (2014). *JIM-Studie 2014, Jugend, Information, (Multi-)Media, Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland* (S. 40). Aufgerufen am 05.03.2015 unter [http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie\\_2014.pdf](http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie_2014.pdf)

<sup>2</sup> TECHNIKER Krankenkasse (2011). *TK-Meinungspuls Gesundheit Kurzerhebung „Cybermobbing“*. Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse. Aufgerufen am 16.04.2015 unter <http://www.tk.de/centaurus/servlet/contentblob/360342/Datei/3452/TK-Meinungspuls-Gesundheit-Kurzerhebung-Cybermobbing.pdf>

<sup>3</sup> WILLARD, N. E. (2007). *Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of Online Social Aggression, Threats, and Distress*. Champaign, Illinois: Research Press.

<sup>4</sup> PFETSCH, J. (2011). *Studie „Bystander von Cyber-Mobbing“*. Technische Universität Berlin. Aufgerufen am 09.04.2015 unter [https://www.paedpsy.tu-berlin.de/fileadmin/fg236/Jan\\_Pfetsch/Pfetsch\\_Kurzbericht\\_Studie\\_Bystander\\_von\\_Cyber-Mobbing.pdf](https://www.paedpsy.tu-berlin.de/fileadmin/fg236/Jan_Pfetsch/Pfetsch_Kurzbericht_Studie_Bystander_von_Cyber-Mobbing.pdf)

Wie wir uns vernetzen: Communities, Nutzerkonten und Mikroblogging

6\_1 Cyber-Mobbing

**Methodisch-didaktische Hinweise**

Arbeitsblatt	AB 1	AB 2
<b>Titel</b>	<b>Let's fight it together</b>	<b>Recht und Gesetz</b>
<b>Kompetenzen</b>	Die Schülerinnen und Schüler erkennen an einem Film-Beispiel grundlegende Strukturen und Rollen beim Cyber-Mobbing.	Die Schülerinnen und Schüler beurteilen anhand der deutschen Gesetzeslage zum Thema Cyber-Mobbing (s. u.) in Form eines eigenen Gesetzes die Notwendigkeit einer rechtlichen Norm zur Bekämpfung von Cyber-Mobbing.
<b>Methoden</b>	Filmanalyse, Blitzlicht, Plenum, Kleingruppen	Partnerinterview, Klassengespräch, Partnerarbeit, Kleingruppen
<b>Material</b>	Arbeitsblatt, Film (s. u.)	Arbeitsblatt
<b>Zeit</b> (in Minuten)	90	135
<b>Zugang Internet/PC</b>	ja	ja

**Hinweise für die Durchführung**

<b>AB 1: Let's fight it together</b>	Die Schülerinnen und Schüler sollen anhand des Fallbeispiels (Film) die grundlegende Problematik des Cyber-Mobbing kennenlernen, über mögliche Motive der handelnden Personen und über mögliches eigenes Verhalten reflektieren können. Der Film „Let's fight it together“ ist bereits ein wenig älter, zeigt aber immer noch sehr gut und deutlich grundlegende Strukturen und Rollen. Mit einem „Blitzlicht“ sollen die Schülerinnen und Schüler zunächst frei ihre Eindrücke des Films wiedergeben. Mit einem Arbeitsblatt können die Handlungsweisen und die Gründe aller handelnden Personen erarbeitet werden. Zum Schluss steht in einem Unterrichtsgespräch die Frage, wie jeder Einzelne anstelle der Personen im Film gehandelt hätte.
<b>AB 2: Recht und Gesetz</b>	Die Schülerinnen und Schüler sollen sich über die Straflage im Fall von Cyber-Mobbing informieren und eine Gesetzesvorlage dazu formulieren können. Nach der Methode „Partnerinterview“, das sich auf einen Text zum Thema bezieht, sollen die Schülerinnen und Schüler in Kleingruppen die in Frage kommenden Gesetze in Form eines Plakates visualisieren und eine Formulierung für ein eigenes spezielles Gesetz finden. Lassen Sie die Schülerinnen und Schüler dazu im Internet recherchieren.



**Lust auf mehr?**

- Anti-Mobbing-Video-Tipps: „Too late“ – Schüler lesen Social Media Posts auf Profilen von Mobbingopfern, die Selbstmord begangen haben:  
[www.youtube.com/watch?v=n1HrCiLK7wc](https://www.youtube.com/watch?v=n1HrCiLK7wc)  
 Was bedeutet die Aussage: Be nice. Now.
- Video Gegen Mobbing – von Schüler Benjamin Drews:  
<https://www.youtube.com/watch?v=sgRSO72u8aw>
- Vielleicht haben Ihre Schülerinnen und Schüler Lust, selbst ein Anti-Mobbing Video zu produzieren?



## „Let’s fight it together“



„Let’s fight it together“ – das bedeutet übersetzt etwa „Lasst es uns zusammen bekämpfen“. So heißt ein kleiner Film von 7 Minuten Länge, der in Großbritannien mit Schülerinnen und Schülern gedreht wurde. (Lass Dich nicht abschrecken, er ist auf Englisch, aber das meiste wirst Du verstehen!)



Quelle: Crown Copyright. Mit freundlicher Genehmigung von Childnet International.

### Arbeitsaufträge:

- Schaut Euch den Spot „Let’s fight it together“ aus Großbritannien unter folgender Internetadresse an:  
 Ⓜ [www.digizen.org/cyberbullying/fullfilm.aspx](http://www.digizen.org/cyberbullying/fullfilm.aspx)  
 mit deutschen Untertiteln: Ⓜ [www.digizen.org/cyberbullying/fullfilm\\_de.aspx](http://www.digizen.org/cyberbullying/fullfilm_de.aspx)
- Schildert Eure Eindrücke zum Film! Benutzt dazu die Methode „Blitzlicht“, dazu muss jede Schülerin/jeder Schüler reihum zwei Sätze sagen, alle anderen dürfen dies nicht kommentieren.
- Wie sind die Eindrücke von dem Film in Eurer Klasse? Versucht, möglichst viele Aussagen zusammenzufassen, und notiert diese an der Tafel.
- Im Film spielen verschiedene Personen mit. Nun sollt Ihr Euch den Figuren nähern. Füllt dazu die folgende Tabelle aus („Wie“ und „Warum“):

Personen	Joe (die Hauptperson, das Opfer)	Kim („die Täterin“)	Lehrerin	Mutter	Rob, der Mitläufer
Wie? (So verhält sich...)					
Warum? (Mögliche Gründe für das Verhalten)					
Und wir? (So hätten wir uns verhalten)					

- Überlege nun zunächst alleine, danach diskutiere diese Frage mit Deinem Sitznachbarn: Wie hättest Du Dich anstelle der Personen im Film verhalten?
- Einige Dich mit Deinem Partner auf ein mögliches Verhalten, und notiere dies ebenfalls in der Tabelle („Und wir?“).  
Redet nun in der Klasse über Eure Tabelleneinträge.





## Recht und Gesetz (1/2)



„Jeder, der denkt, das Internet sei anonym, der glaubt auch, er werde im Kaufhaus nicht gefilmt“ – so oder so ähnlich könnte man böswillig sagen, wenn Täter von Cyber-Mobbing sich sicher fühlen. Bei jedem Zugriff auf das Internet werden (in Deutschland übrigens für sechs Monate) die Verbindungsdaten beim Provider gespeichert. Es ist also leicht heraus-zufinden, wer wann und wo im Internet unterwegs war. Und bei einer möglichen Straftat darf ein Richter diese Verbindungsdaten kontrollieren.

Doch auch wenn man den Täter oder die Täterin erwischt, was passiert dann? Welche Strafen drohen den Tätern?

### 1. Arbeitsauftrag: Gesetze kennenlernen

Leider gibt es (noch?) keine eigenen Gesetze zu Cyber-Mobbing. Es greifen aber mehrere Gesetze des Strafgesetzbuches (StGB).

Lest die Gesetze bitte in Form eines „Partnerinterviews“.



#### Methode „Partnerinterview“

Zu zweit mit Partner A und Partner B. Beide lesen, und danach fasst Partner A das Wichtigste zusammen, Partner B wiederholt mit den Worten „Habe ich dich richtig verstanden, dass ...?“. Dann Wechsel der Rollen – aber Vorsicht! Jeder darf zwei Fehler einbauen, die der andere finden muss!

### § 185 Beleidigung

Die Beleidigung wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe und, wenn die Beleidigung mittels einer Tätlichkeit begangen wird, mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

### § 186 Üble Nachrede

Wer in Beziehung auf einen anderen eine Tatsache behauptet oder verbreitet, welche denselben verächtlich zu machen oder in der öffentlichen Meinung herabzuwürdigen geeignet ist, wird, wenn nicht diese Tatsache erweislich wahr ist, mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe und, wenn die Tat öffentlich oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Abs. 3) begangen ist, mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

### § 187 Verleumdung

Wer wider besseres Wissen in Beziehung auf einen anderen eine unwahre Tatsache behauptet oder verbreitet, welche denselben verächtlich zu machen

oder in der öffentlichen Meinung herabzuwürdigen oder dessen Kredit zu gefährden geeignet ist, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe und, wenn die Tat öffentlich, in einer Versammlung oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Abs. 3) begangen ist, mit Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

### § 238 Nachstellung

(1) Wer einem Menschen unbefugt nachstellt, indem er beharrlich

1. seine räumliche Nähe aufsucht,
2. unter Verwendung von Telekommunikationsmitteln oder sonstigen Mitteln der Kommunikation oder über Dritte Kontakt zu ihm herzustellen versucht,
3. unter missbräuchlicher Verwendung von dessen personenbezogenen Daten Bestellungen von Waren oder Dienstleistungen für ihn aufgibt oder Dritte veranlasst, mit diesem Kontakt aufzunehmen,
4. ihn mit der Verletzung von Leben, körperlicher Unversehrtheit, Gesundheit oder Freiheit seiner selbst oder einer ihm nahe stehenden Person bedroht oder
5. eine andere vergleichbare Handlung vornimmt und dadurch seine Lebensgestaltung schwerwiegend beeinträchtigt, wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

(2) Auf Freiheitsstrafe von drei Monaten bis zu fünf Jahren ist zu erkennen, wenn der Täter das Opfer, einen Angehörigen des Opfers oder eine andere dem Opfer nahe stehende Person durch die Tat in die Gefahr des Todes oder einer schweren Gesundheitsschädigung bringt.

### § 22 (KUG/KunstUrhG) Recht am eigenen Bild

Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden ... Das Recht am eigenen Bild oder Bildnisrecht ist eine besondere Ausprägung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Es besagt, dass jeder Mensch grundsätzlich selbst darüber bestimmen darf, ob überhaupt und in welchem Zusammenhang Bilder von ihm veröffentlicht werden.



## Recht und Gesetz (2/2)

### 2. Arbeitsauftrag: Warnschilder malen

Teilt Euch bitte in 4er-Gruppen auf. Wendet diese Gesetze auf (ausgedachte oder tatsächliche) Cyber-Mobbing-Fälle an! Malt dazu ein Warnschild mit den möglichen Konsequenzen als Plakat. Vergleicht anschließend Eure Warnschilder. Welches ist am deutlichsten?

### 3. Arbeitsauftrag: Ein eigenes Gesetz formulieren

Wie könnte Eurer Meinung nach ein eigenes Gesetz gegen Cyber-Mobbing lauten? Versucht bitte, eines zu formulieren, das die Besonderheiten des „Cyber“-Mobbings berücksichtigt. Ihr könnt im Internet recherchieren, ob es in anderen Ländern bereits ein Gesetz gegen Cyber-Mobbing gibt.



#### Tipp:

Auf der Webseite [www.juuuport.de](http://www.juuuport.de) beraten Jugendliche andere Jugendliche, wenn sie Opfer von Cyber-Mobbing geworden sind. Schau doch mal vorbei!



Mein Gesetz gegen Cyber-Mobbing:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_1 Cyber-Mobbing

**6\_2 Virtualität und Realität**

6\_3 Online-Sucht

6\_4 Werbung und Abzocke

## Virtualität und Realität

Unsere Lebenswelt wird immer stärker von virtuellen Elementen durchdrungen.<sup>1</sup> Dabei ist von einer Virtualisierung die Rede. Diese äußert sich z. B. in einer Entmaterialisierung von Lebensvorgängen wie der Arbeit am Bildschirm, Videokonferenzen oder dem Einkaufen über das Internet.

*Es gibt für das 21. Jahrhundert die Idee des bekannten Physikers Michio Kaku eines „ubiquitous computing“ (zu Deutsch etwa: Rechnerallgegenwart): Vom „smart house“ zum „intelligent planet“ mit einem „Internet der Dinge“ und einer totalen Vernetzung!<sup>2</sup>*

Was auf den ersten Blick scheint wie eine akademische Diskussion hat doch weitreichende praktische Konsequenzen. Kinder und Jugendliche bewegen sich zunehmend in digital konstruierten Räumen, die nur virtuell existieren. Dort kommunizieren sie mit echten Menschen, die aber unter Umständen eine virtuelle Identität angenommen haben. All dies zu erkennen, einzuordnen und die richtigen Konsequenzen zu ziehen, ist eine große Herausforderung. Insbesondere für junge Menschen, die weniger reale Lebenserfahrung mitbringen, die sie zum Vergleich heranziehen können. Die Frage, wer hinter einem Kommunikationspartner steckt, ist in der über das Internet vermittelten Kommunikation einfach schwierig. Und während Erwachsene oft eine gesunde Skepsis beweisen, zeigen Kinder und Jugendliche hier ihre Naivität, die sie entwicklungsbedingt besitzen dürfen.

### Alle sind Freunde

Erschwerend kommt hinzu, dass viele Begriffe aus der realen Welt für digitale Zwecke verwendet werden und somit die Unterscheidung erschweren, zum Beispiel „**Chat-Partner**“ und vor allem das Wort „**Freund**“, das für alle Facebook-Kontakte verwendet wird. „Du bist jetzt mit Kevin befreundet“ kostet uns einen Mausklick – ein großer Unterschied zur Realität, wo (echte, tiefe) Freundschaft sehr kostbar und selten ist.

### Ein junges Phänomen

Die Erfahrungen der Menschheit mit virtuellen Identitäten in Form von Geschichten sind alt und mit Büchern seit einigen Jahrhunderten eingeübt. Selbst fiktive Figuren in Bild und Ton gibt es seit Aufkommen des Kinos und seit zwei Generationen mit dem Fernsehen. Doch selbst hier haben Jüngere Schwierigkeiten Fiktion von Realität zu unterscheiden. Erinnert sei an TV-Formate des „**scripted reality**“, bei dem Schauspieler so tun, als handele es sich um eine Dokumentation (Beispiele sind „Familien im Brennpunkt“ auf RTL, „Pures Leben“ auf Sat.1 oder „Verklag mich doch“ im Kanal VOX). Die Möglichkeiten einer medial vermittelten Unterhaltung sind massenhaft erst seit den Zeiten des Telefons möglich. Doch erst mit dem Aufkommen des Internets, also etwa seit Mitte der 1990er Jahre, sind das Versenden von E-Mails, das Chatten, Skypen und „Posten“ von Nachrichten zur Selbstverständlichkeit geworden.

### Real-Erfahrungen unabdingbar

Real-Erfahrungen sind für junge Menschen besonders wichtig: Nur so lernen sie mit allen Sinnen, verknüpfen Situationen beispielsweise mit Gerüchen, Stimmungen etc. Das eindrucklichste Beispiel bietet wohl der Vergleich eines Tierfilms mit einem Ausflug in den Wald. Psychologen und Neurobiologen sprechen hier auch gerne von der Entwicklung von **Intelligenz, Kreativität, Empathie** und **Sozialkompetenz**, die gefördert wird, wenn viele Sinne angesprochen werden.<sup>3</sup> Beim Chat werden viele dieser Eindrücke ausgeblendet und die Kommunikation erfolgt alleinig über Schriftzeichen, als Ersatz für den Ausdruck von Gefühlen dienen die „Emoticons“ wie der berühmte Smiley :-). Jede medial vermittelte Kommunikation wird – bis zur Erfindung eines „Holo-Decks“ wie im Raumschiff Enterprise – ärmer sein als die Realbegegnung mit Menschen.

### In Sozialen Netzwerken

Das Netz ist unkontrollierbar, unüberschaubar und vor allem: frei zugänglich. Vielen, die Zuhause in ihren eigenen vier Wänden vor dem Bildschirm sitzen, ist nicht klar, welcher Öffentlichkeit sie sich gerade gegenüber befinden.

Gerade Soziale Netzwerke vermitteln dem Nutzer das Gefühl, sich in einem begrenzten Raum, einer geschlossenen Benutzergruppe zu befinden. Diese Annahme ist trügerisch, denn es gibt im Netz **keine Schutzräume**. Selbst in Netzwerken, die nur für Jugendliche angelegt sind und in die man beispielsweise nur über eine Einladung kommt, tummeln sich trotz Kontrollvorkehrungen, Selbstkontrollmechanismen und Moderationsfunktionen, ebenso wie in Chats, Erwachsene mit unlauteren Absichten.

### Naivität junger Nutzer

Gerade junge Nutzer zeigen sich in Sozialen Netzwerken oft sehr naiv und immer aufreizender, auch – oder vielleicht gerade des Reizes wegen – in virtuellen Umgebungen, die nicht für ihr Alter bestimmt sind und geben dort viele persönliche Daten preis. Problematisch ist, dass gerade Kinder die Tragweite eines freigiebigen Umgangs mit personenbezogenen Daten wie Name, Alter oder gar Adresse im Internet generell nicht überblicken können. Die Vorkehrungen der Betreiber, beispielsweise als Nutzer bei der Anmeldung zustimmen zu müssen, die Bedeutung der Datenspeicherung und -verarbeitung verstanden zu haben, sind in der Regel völlig unzureichend. Sie können nur als minimale Hürde gesehen werden und müssten an die Nutzungsrealitäten angepasst, also zum Beispiel im Sinne einer sicheren Altersverifikation nachgebessert werden.

Die Möglichkeit, sich unter einem Pseudonym in Sozialen Netzwerken aufzuhalten, ist gerade für Kinder und Jugendliche eine richtige Maßnahme. Allerdings widerspricht sie – und das wird auch immer wieder von den Anbietern selbst kommuniziert – den eigentlichen Grundsätzen sozialer Plattformen: den Prinzipien der Auffindbarkeit, der Kommunikation und der Vernetzung.



Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_1 Cyber-Mobbing

**6\_2 Virtualität und Realität**

6\_3 Online-Sucht

6\_4 Werbung und Abzocke

### Keine Gewissheit über die tatsächliche Identität

Eines steht fest: Man kann sich nie sicher sein, mit wem man gerade kommuniziert. Selbst in Gesprächen unter Freunden ist es möglich, dass das Handy in diesem Augenblick in fremden Händen ist. Bei der medialen Kommunikation gibt es keine Sicherheit über

- den Aufenthaltsort
- das Aussehen
- den Namen
- das Alter
- das Geschlecht
- u.v.a. (kurz: der tatsächlichen Identität)

Kinder müssen dies erst lernen, aber vielen Jugendlichen ist es durchaus bewusst. Trotzdem gibt es immer wieder Fälle, bei denen bspw. Mädchen auf Chat-Partner hereinfliegen und sich Hals über Kopf verlieben, ohne das Gegenüber gesehen zu haben, geschweige denn zu kennen. In unbekanntem Chatpartnern sehen Nutzer gerne das, was sie sehen möchten. Kurze Beschreibungen über das Äußere und über Eigenschaften werden mit den eigenen Vorstellungen darüber in Einklang gebracht. Diese interaktive Projektionsfläche führt dazu, dass ein Gespräch schnell vertraulich werden kann, schließlich sind einem die eigenen Vorstellungen gut bekannt. Hat das Gegenüber böse Absichten, beispielsweise Pädokriminelle, sind diese Täter sehr gut darin, die Situation zu durchschauen und das tatsächliche Vertrauen virtuell zu erlangen. Zweifellos gehen Kinder oder Jugendliche mit einem persönlichen Treffen außerhalb des Chats ein großes Risiko ein. Eine herbe Enttäuschung ist dabei die geringste, ein sexueller Übergriff durch einen Pädokriminellen

eine der größtmöglichen Gefahren. Allerdings handelt es sich in der Regel um seltene Einzelfälle. Dabei kann der Täter seine Identität bis zum Treffen verschleiern, teilweise enthüllt er sie aber schon im Vorfeld. Die Anbahnung spielt sich meist in drei Schritten ab:

- 1 Der Täter versucht das Vertrauen des potenziellen Opfers zu gewinnen, um es gezielt nach Name und Adresse auszuhorchen.
- 2 Durch Kontakt per Telefon oder SMS versucht der Täter sich zu versichern, dass er es auch wirklich mit einem Kind zu tun hat, um seine Erfolgsaussichten abzuwägen.
- 3 Der Täter vereinbart mit dem Opfer ein Treffen an einem für Kinder attraktiven Ort z. B. einem Zoo, einem Schwimmbad o.Ä.



#### Aus der Praxis

Viele Schülerinnen und Schüler verdrehen mittlerweile die Augen, wenn Erwachsene ihnen erzählen, dass eine virtuelle Identität u. U. nichts mit der realen zu hat. So kann sich hinter einem vermeintlich 15jährigen Chatpartner auch ein erwachsener Mann verbergen. Dieser Umstand ist den meisten zwar klar, jedoch gibt es immer wieder Fälle, wo junge (und auch ältere) Menschen darauf hereinfliegen.

#### Bestätigung online

Man kann in der Virtualität viel leichter Bestätigung erhalten. In dieser Falle stecken zuweilen auch Online- oder Computerspiel-Abhängige, die regelrecht in die virtuelle Welt emigrieren (s. Kapitel 6\_3: Online-Sucht).

Wie wir uns vernetzen: Communities, Nutzerkonten und Mikroblogging

6\_2 Virtualität und Realität

**Endnoten**

---

**Endnoten**

<sup>1</sup> FRITZ, J. (1997). Lebenswelt und Wirklichkeit.  
In J. Fritz & W. Fehr (Hrsg.), *Handbuch Medien:  
Computerspiele* (S. 13–30). Bonn: Bundeszentrale  
für Politische Bildung.

<sup>2</sup> KAKU, M. (1998). *Visions: How Science Will  
Revolutionize the 21st Century*. New York:  
Anchor Books.

<sup>3</sup> BUERMANN, U. (2008). Kinder und Jugendliche  
zwischen Realität und Virtualität. bpd (Hrsg.) *Aus  
Politik und Zeitgeschichte. Neue Medien – Internet  
– Kommunikation*. 39/2008 (S. 34–40). Auf-  
gerufen am 16.04.2015 unter [http://www.bpb.de/  
apuz/30970/kinder-und-jugendliche-zwischen-  
virtualitaet-und-realitaet?p=all](http://www.bpb.de/apuz/30970/kinder-und-jugendliche-zwischen-virtualitaet-und-realitaet?p=all)

Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_2 Virtualität und Realität

**Methodisch-didaktische Hinweise**

Arbeitsblatt	AB 1	AB 2
<b>Titel</b>	<b>„Wer ist wer? Ein Spiel zum Nicht-Kennenlernen!“</b>	<b>Freunde</b>
<b>Kompetenzen</b>	Die Schülerinnen und Schüler hinterfragen „Profile“ im Internet.	Die Schülerinnen und Schüler erörtern den Begriff Freundschaft und differenzieren zwischen „Freunden“, „Kumpels“ und „Bekannten“ anhand von Fallbeispielen.
<b>Methoden</b>	Spiel, Partnerarbeit, Plenum	Placemat, Fallbeispiele, Kleingruppen, Plenum
<b>Material</b>	Arbeitsblatt (mit Fotos), Schere, Kleber, leere Blätter	Arbeitsblatt, großes Papier
<b>Zeit</b> (in Minuten)	90	90
<b>Zugang Internet/PC</b>	nein	nein

**Hinweise für die Durchführung**

**AB 1: „Wer ist wer? Ein Spiel zum Nicht-Kennenlernen!“**

Das Arbeitsblatt soll spielerisch hinführen zur Problematik der Virtualität und Realität. Die Fotos der Tiere sind so gewählt, dass bestimmte Assoziationen, bspw. aus Fabeln, möglich sind wie Löwe=stark oder Esel=stur o.ä. Dies sind selbstverständlich keine Wahrheiten, können aber im Spiel genau dazu benutzt werden, sich zu verstecken oder darzustellen. Die anschließende Diskussion dient der eigentlichen Reflexion und Übertragung auf die Realität. So sollen die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass die Profile in den meisten Anwendungen wie WhatsApp oder Facebook etc. von den Usern selbst erstellt sind und genauso fantasievoll sein können wie die Profile des Spiels. Der Merksatz an der Tafel könnte lauten: „Jedes Profil ist selbst erstellt und muss nicht wahr sein!“ o. ä.

**AB 2: Freunde**

Die Schülerinnen und Schüler sollen darüber nachdenken können, was ein Freund/eine Freundin ist und anschließend diese – eigene – Definition an Beispielen anwenden. Der Einstieg erfolgt am Beispiel der üblichen Social Communities, die die Schülerinnen und Schüler leicht nachvollziehen können. Daran knüpft die Frage an, was ein Freund/eine Freundin überhaupt ist. Mithilfe der Methode „Placemat“ (s.u.) sollen sie in Kleingruppen eine Definition erarbeiten. Diese kann je nach Gruppe ganz unterschiedlich sein. Es bietet sich an, hier einen ausführlichen Austausch nach der Gruppenphase zu ermöglichen. Mit der Unterscheidung von „echten Freunden“, „Kumpels“ und „Bekannte“ soll versucht werden, die drei Kategorien „echte Freunde“, „kenne ich persönlich“ und „kenne ich nicht persönlich“ zu definieren. Die Schülerinnen und Schüler sollen in der Tabelle die Beispiele diskutieren (vielleicht kommen sie zu einer anderen Einschätzung, s.u.) und eigene Beispiele finden. Es bietet sich an, einige an die Tafel zu schreiben und zu besprechen. Die Bearbeitung der Tabelle ist sicherlich individuell, aber vielleicht dient dies der Orientierung:

Das würde ich mit ihnen tun / ihnen erzählen:	Mit echten Freunden: „Freunde“	Mit anderen, die ich persönlich kenne: „Kumpels“	Mit Menschen, die ich nur aus dem Internet kenne: „Bekannte“
A. Meine heimliche Liebe verraten	Ja	Nein	Nein
B. Über den Streit mit meinen Eltern berichten	Ja	Vielleicht	Nein
C. Ins Kino gehen	Ja	Ja	Nein
D. Einen Blick in das Tagebuch werfen lassen	Nein	Nein	Nein
E. Meinen Spitznamen verraten	Ja	Ja	Vielleicht



**Lust auf mehr?**

Lassen Sie die Schülerinnen und Schüler mit einem Avatar-Creator wie bspw. der App Bitstrips oder dem South Park Creator Studio ( [www.sp-studio.de/](http://www.sp-studio.de/)) Comic-Avatare von sich erstellen. Spannend ist hier ein Vergleich: Wie ähnlich sind sie den Schülerinnen und Schülern? Die Avatare können auch als Profilbild in den Sozialen Netzwerken weiter verwendet werden.



## Wer ist wer? Ein Spiel zum Nicht-Kennenlernen! (1/3)

Im Netz trifft man schon manchmal komische Typen ... willi123 und susi17 sind dabei wohl eher normale Spitznamen, die im Internet „Nicknames“ heißen. Es ist so einfach eine fremde Identität anzunehmen und in eine Rolle zu schlüpfen. Umso schwerer ist es, diese zu entlarven und man kann sich nie ganz sicher sein, wer wer ist. Wie es zugehen kann, das dürft ihr in einem kleinen Spiel erfahren.

### Ziel des Spiels:

Finde heraus, wer sich hinter dem Steckbrief verbirgt!



#### **Tipp:**

Alle dürfen lügen, aber vielleicht kann man aus diesen Lügen auch etwas über die Person erfahren!

### Spielregeln:

Jeder darf ein Profil erstellen und in drei Runden ergänzen.

1. Runde: *Suche dir ein Foto eines Tieres aus, das du auf deinen Steckbrief klebst.  
Erfinde dir dazu einen Nickname, den du gut lesbar dort einträgst.*

*Mischt die Profile heimlich und legt sie alle aus.*

*Jeder darf nun raten (bitte den Tipp auf dem unteren Feld eintragen),  
wer sich hinter den Steckbriefen verbirgt.*

*Diejenigen, deren Profil erraten wurde, scheiden aus.*

2. Runde: *Ergänze deinen Steckbrief um die Beschreibung deines Aussehens und deiner Körper-Merkmale.  
Selbstverständlich darfst du flunkern!*

*Wie oben... mischen und erraten!*

3. Runde: *Ergänze deinen Steckbrief um deine Hobbys und Vorlieben.*

*Wie oben... mischen und erraten!*





## Wer ist wer? Ein Spiel zum Nicht-Kennenlernen! (2/3)

### Das Profil

Foto	
Dein Nickname:	
Dein Aussehen:	
Deine Hobbys/ Vorlieben:	
Hinter diesem Profil versteckt sich:	

### Arbeitsaufträge:

1. Spielt das Spiel!
2. Wertet anschließend das Ergebnis aus!  
 War es schwer, ein Profil einer Mitschülerin / einem Mitschüler zuzuordnen?  
 Woran habt ihr sie / ihn erkannt?  
 Wann war es unmöglich?
3. Überträgt die Beispiele auf das Internet.  
 Diskutiert in der Klasse die Frage, wie man mit (fremden) Profilen umgehen sollte!
4. Formuliert dazu einen Merksatz an der Tafel.



## Wer ist wer? Ein Spiel zum Nicht-Kennenlernen! (3/3)



### Quellen:

1. Schmetterling: M. Großmann / pixelio.de
2. Specht: uschi dreiucker / pixelio.de
3. Kuh: Joujou / pixelio.de
4. Fliege: uschi dreiucker / pixelio.de
5. Pferd: Rainer Sturm / pixelio.de
6. Katze: berggeist007 / pixelio.de
7. Hund: uschi dreiucker / pixelio.de
8. Gans: Albedo / pixelio.de
9. Frosch: Sommaruga Fabio / pixelio.de
10. Löwin: Dieter Schütz / pixelio.de
11. Trampeltier: Klaus Mackenbach / pixelio.de
12. Esel: Lisa Schwarz / pixelio.de
13. Ziege: Ruth Rudolph / pixelio.de
14. Adler: Willi Haimerl / pixelio.de
15. Wolf: saskia wend / pixelio.de
16. Lamm: daniel stricker / pixelio.de



## Freunde

Freunde, Freunde, Freunde – was für eine Menge an „Freunden“ hat man doch bei Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, Snapchat und und und und. Dabei sollten „Freunde“ doch etwas ganz Besonderes und Kostbares sein, oder? Hier sollst du darüber nachdenken, was ein Freund für dich ist.

### Arbeitsaufträge:

1. Was ist ein Freund/eine Freundin? Findet euch z. B. in 4er-Gruppen zusammen. Überlege bitte zunächst alleine (vielleicht mithilfe eines „Placemats“) und diskutiert danach in eurer Gruppe darüber. Stellt eure Ideen danach den anderen Gruppen vor!
2. Worin besteht der Unterschied zwischen „Freunden“, „Kumpels“ und „Bekannten“? Vergleiche sie und fülle folgende Tabelle aus:

Das würde ich mit ihnen tun/ihnen erzählen:	Mit echten Freunden: „Freunde“	Mit anderen, die ich persönlich kenne: „Kumpels“	Mit Menschen, die ich nur aus dem Internet kenne: „Bekannte“
A. Meine heimliche Liebe verraten			
B. Über den Streit mit meinen Eltern berichten			
C. Ins Kino gehen			
D. Einen Blick in das Tagebuch werfen lassen			
E. Meinen Spitznamen verraten			
F.			
G.			
H.			
I.			
J.			

3. Vergleicht eure Ergebnisse und sprecht darüber! Erstellt danach an der Tafel eine gemeinsame Tabelle!

Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_1 Cyber-Mobbing

6\_2 Virtualität und Realität

**6\_3 Online-Sucht**

6\_4 Werbung und Abzocke

## Online-Sucht

### Zahlen

Das Thema Online-Sucht wird unter Fachleuten noch sehr kontrovers diskutiert. 2011 untersuchten die Universitäten Lübeck und Greifswald das Phänomen im Auftrag des Bundesgesundheitsministeriums mit der Studie „PINTA“ (Prävalenz der Internetabhängigkeit). Das Ergebnis gibt zu denken: Etwa 560.000 Menschen mussten demnach als internetsüchtig eingestuft werden. „Etwa 1 % der 14- bis 64-jährigen in Deutschland werden demnach als internetabhängig eingestuft. 4,6 % der 14- bis 64-Jährigen werden als problematische Internetnutzer angesehen. In der Regel sind Jugendliche und junge Erwachsene häufiger betroffen. In der Altersgruppe der 14- bis 24-Jährigen ist die Verbreitung am größten: 2,4 % abhängige und 13,6 % problematische Internetnutzer.“<sup>1</sup> Eine ähnliche Studie unter Jugendlichen kam zu dem Ergebnis, dass in den untersuchten Ländern (Spanien, Rumänien, Polen, Niederlande, Griechenland, Island und Deutschland) rund 1,2 % der Jugendliche als internetsüchtig gelten müssen, fast 13 % sind gefährdet.<sup>2</sup>

### Definition

Grundsätzlich wird „Abhängigkeit“, so der fachlich korrekte Ausdruck für die umgangssprachliche „Sucht“, definiert als „das unabwiesbare Verlangen nach einem bestimmten Erlebniszustand“, genauer:

*„Sucht kann als das unabwiesbare starke Verlangen nach einem bestimmten Gefühls-, Erlebnis- oder Bewusstseinszustand definiert werden. Dieses Verlangen kann sowohl stoffgebunden (Alkohol, Medikamente, illegale Drogen) als auch stoffungebunden (Glücksspiel, Arbeit, Sex) sein.“<sup>3</sup>*

Üblicherweise wird diesem Verlangen alles andere untergeordnet, was man bei Alkoholkranken oder anderen Drogenabhängigen deutlich sehen kann. Bei Tätigkeiten am Computer ist dies naturgemäß wesentlich schwieriger zu beobachten.

### Einordnung

Das international anerkannte medizinische Klassifikationssystem der Weltgesundheitsorganisation (WHO) „International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems“ (ICD) kennt die Internet-Abhängigkeit in seiner aktuellen Version (ICD-10, Stand April 2015) nicht als eigenes Krankheitsbild. Zudem werden hier bisher nur stoffgebundene Abhängigkeiten berücksichtigt. Aus diesem Grunde wird eine stoffungebundene Abhängigkeit derzeit zur „Störung der Impulskontrolle“ (im Original „impulse control disorder“) gerechnet. In der wohl 2017 erscheinenden Neuauflage, dem ICD-11, soll es dann die neue Kategorie der „Verhaltenssucht“ geben. Bert te Wildt untersuchte mit seinem Team am Universitätsklinikum Bochum den Zusammenhang mit anderen Erkrankungen. Das Ergebnis: Teilnehmer der Studie, die als internetabhängig gelten, litten fast immer unter einer psychischen Begleiterkrankung. Bei 70 % lagen depressive Störungen vor. Internet-Abhängigkeit wird zudem auch als Überbegriff für andere Süchte verwendet. So zum Beispiel, wenn eigentlich eine Kaufsucht, Sexsucht oder Spielsucht besteht, die im Internet ausgelebt wird.

### Drei Bereiche der Internetsucht

Trotz der akademischen Diskussion um die Einordnung des Phänomens (es sei daran erinnert, dass es andere Beispiele für die schwierige/falsche Einordnung gibt bzw. gab: so tauchte Homosexualität jahrzehntelang als Krankheit in der ICD auf), sind sich die Experten einig, dass es drei Bereiche mit einer krankhaften Nutzung von Internet / Computer / Tablet / Smartphone geben kann:

- Computerspiele
- sexuelle Inhalte
- schriftliche Kommunikation.



Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_1 Cyber-Mobbing

6\_2 Virtualität und Realität

**6\_3 Online-Sucht**

6\_4 Werbung und Abzocke



### Aus der Praxis

*Nicht alles, was Schülerinnen und Schüler als „süchtiges“ Verhalten bezeichnen, ist es auch tatsächlich. Das Modewort wird auch für eine intensive, manchmal exzessive Nutzung benutzt. Die Fälle echter Abhängigkeit sind mit einem hohen Leidensdruck versehen und von LehrerInnen nicht einfach zu bewältigen. Eltern sollten immer für weitere Unterstützung mit Schulsozialarbeitern, dem Schulpsychologischen Dienst und anderen Beratungsstellen in Kontakt gebracht werden.*

### Symptome

Wie bei allen stoffungebundenen Abhängigkeiten ist eine Abgrenzung zu „normalem“ Verhalten fließend und nicht immer klar abzugrenzen. Folgende Symptome sprechen aber für ein krankhaftes Verhalten:<sup>5</sup>

- exzessiver Gebrauch des Internet, der immer mehr Zeit und Aufmerksamkeit der Betroffenen fordert
- unkontrolliertes Surfen
- häufiges unüberwindliches Verlangen das Internet zu benutzen
- Kontrollverluste (d. h. länger „online“ bleiben als man sich vorgenommen hatte) verbunden mit diesbezüglichen Schuldgefühlen
- sozial störende Auffälligkeit im engsten Kreis der Bezugspersonen (Freunde, Partner, Familie), häufige Rügen durch unmittelbare Bezugspersonen
- nachlassende Arbeitsleistung
- Verheimlichung/Verharmlosung der Netz-Aktivitäten vor der Umwelt
- psychische Erscheinungen wie Nervosität, Reizbarkeit und Depression bei Verhinderung des Internet-Gebrauchs
- mehrfach fehlgeschlagene Versuche, die Nutzung einzuschränken

Oft treten diese Symptome in Kombination (Experten sprechen von „Komorbidität“) mit stoffgebundenen Abhängigkeiten auf, also Alkohol, Tabak und / oder illegalen Drogen.

### Merkmale zur Erkennung

Das für Jugendliche konzipierte Portal „www.ins-netz-gehen.de“ bietet einen Selbsttest zu Computerspiel- und Internet-Abhängigkeit an:

📄 [www.ins-netz-gehen.de/check-dich-selbst/bin-ich-suechtig](http://www.ins-netz-gehen.de/check-dich-selbst/bin-ich-suechtig)

Auch bei anderen Organisationen / Institutionen finden sich Selbsttests oder Fragebögen, um ein problematisches Verhalten zu identifizieren, bspw. bei

📄 [www.suchtprevention-zh.ch/selbsttest/online-konsum](http://www.suchtprevention-zh.ch/selbsttest/online-konsum)

📄 [www.unimedizin-mainz.de/psychosomatik/patienten/behandlungsangebote/ambulanz-fuerspielsucht/selbsttest-computerspiel](http://www.unimedizin-mainz.de/psychosomatik/patienten/behandlungsangebote/ambulanz-fuerspielsucht/selbsttest-computerspiel)

Inhaltlich geht es immer um die gleichen Aspekte, die hier kurz skizziert werden. Neben der rein quantitativen Abfrage des Nutzungsverhaltens (wie lange bist du wann online?) gelten folgende Aspekte zur Einordnung:

- Wenn ich nicht online bin, kreisen meine Gedanken oft darum.
- Ich habe das Gefühl, dass Online-Sein für mich immer wichtiger wird.
- Ich kann meine Zeit im Internet schwer kontrollieren und bin oft länger online, als ich mir eigentlich vorgenommen hatte.
- Wenn ich nicht online sein kann, bin ich gereizt und unzufrieden, dauert es an, werde ich unruhig und nervös.
- Meine Freunde / meine Eltern beschwerten sich, dass ich zu viel Zeit vor dem Bildschirm verbringe.
- Ich habe Schwierigkeiten in der Schule, weil ich ständig vor dem Bildschirm bin statt zu lernen.
- Weil ich so viel am Computer mache, unternehme ich weniger mit anderen.
- Ich habe eine Routine und bin immer zu bestimmten Zeiten online.

### Therapien

Selbstverständlich können die o. a. Fragen nur eine erste Orientierung bieten und keine zuverlässige Diagnose stellen. Und nicht jedes exzessive Verhalten ist eine Abhängigkeit, insbesondere in der Jugendphase. Sollte aber krankhaftes oder problematisches Verhalten vorliegen, kann wirklich zuverlässig nur ein Therapeut helfen. Seit einigen Jahren behandeln einige Kliniken Online- und Computerspielsucht.

Eine erste Anlaufstelle bietet die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) mit ihrer Sucht- und Drogen-Hotline unter 01805/31 30 31 bzw. unter

☎ [www.sucht-und-drogen-hotline.de](http://www.sucht-und-drogen-hotline.de)

Ambulanz für Spielsucht:

☎ [www.unimedizin-mainz.de/psychosomatik/patienten/behandlungsangebote/ambulanz-fuer-spielsucht](http://www.unimedizin-mainz.de/psychosomatik/patienten/behandlungsangebote/ambulanz-fuer-spielsucht)

Besonders schwierig wird eine mögliche Therapie, weil es – anders als bei den stoffgebundenen Abhängigkeiten – fast unmöglich ist eine völlige Abstinenz im Alltag herzustellen: Internet und Handy sind Alltagsmedien geworden.

### Prävention

„Sucht hat immer eine Geschichte“ heißt sehr eindrücklich das Motto einer Kampagne der Gemeinschaftsinitiative gegen Sucht, die seit 1998 von der ginko Stiftung für Prävention als Landeskoordinierungsstelle in NRW für das Gesundheitsministerium NRW koordiniert wird. Dahinter steckt die Idee, dass die beste Prävention gegen eine Suchtentwicklung darin besteht, Kinder stark zu machen, d. h. ihr Selbstvertrauen und Selbstwertgefühl zu stärken und ihre Konflikt- und Kommunikationsfähigkeit zu fördern. Nur dann können sie auch „NEIN“ sagen zu Suchtmitteln aller Art (s. auch Aktion „Kinder stark machen“ der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung).



Einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand bietet Ulrike Braun von der Uni Hamburg in ihrem Buch „Exzessive Internetnutzung Jugendlicher im familialen Kontext“, 2014, Springer Fachmedien-Verlag, Wiesbaden, ISBN 978-3-658-04196-0.

Wie wir uns vernetzen: Communities, Nutzerkonten und Mikroblogging

6\_3 Online-Sucht

**Links und weiterführende Literatur**

**Endnoten**

## Links und weiterführende Informationen

### Webseiten

[www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/internet-handy-und-computerspielabhaengigkeit](http://www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/internet-handy-und-computerspielabhaengigkeit)

Flyer Internet-, Handy- und Computerspielabhängigkeit: klicksafe-Tipps für Eltern

[www.kinderstarkmachen.de](http://www.kinderstarkmachen.de)

Initiative der BZgA zur Suchtprävention bei Kindern und Jugendlichen

[www.klicksafe.de/themen/spielen/computerspiele/computersucht/hilfe-wo-finde-ich-hilfe](http://www.klicksafe.de/themen/spielen/computerspiele/computersucht/hilfe-wo-finde-ich-hilfe)

Übersichtsseite auf klicksafe.de mit Anlaufstellen für Betroffene

<http://drogenbeauftragte.de/drogen-und-sucht/computerspiele-und-internetsucht.html>

Überblick der Drogenbeauftragten der Bundesregierung zu Studien zu Computerspiele- und Internetsucht

## Endnoten

<sup>1</sup> DROGENBEAUFTRAGTE.DE. (2014, 2. Oktober). *Computerspiele- und Internetsucht* (Absatz 6).

Aufgerufen am 23.04.2015 unter <http://drogenbeauftragte.de/drogen-und-sucht/computerspiele-und-internetsucht.html>

<sup>2</sup> LÜPKE-NARBERHAUS, F. (2013, 17. Januar). *Jugendliche im Internet: ich surfe, also bin ich süchtig?*

Aufgerufen am 23.04.2015 unter <http://www.spiegel.de/schulspiegel/wissen/studie-zu-internetsucht-jeder-zehnte-jugendliche-gefaehrdet-a-878220.html>

<sup>3</sup> FREY, D. & Graf Hoyos, C. (Hrsg.). (2005). *Psychologie in Gesellschaft, Kultur und Umwelt. Handbuch*. Weinheim: Beltz Psychologie Verlags Union. (S. 172)

<sup>4</sup> WEILER, J. (2014, 1. Oktober). *RUB-Forscher unter-sucht Internetabhängigkeit und Begleiterscheinungen*.

Aufgerufen am 23.04.2015 unter [http://rubin.rub.de/sites/default/files/rubin/DE-2014/18-internetsucht/rubin\\_2014\\_2\\_internetabhaengigkeit.pdf](http://rubin.rub.de/sites/default/files/rubin/DE-2014/18-internetsucht/rubin_2014_2_internetabhaengigkeit.pdf)

<sup>5</sup> ONMEDA.DE. (2014, 10. Oktober). *Internetsucht: Symptome*.

Aufgerufen am 23.04. unter <http://www.onmeda.de/krankheiten/internetsucht-symptome-1529-4.html>

<sup>6</sup> SCHOEN-KLINIKEN.DE. (2015). *Internetsucht, Computersucht*.

Aufgerufen am 23.04.2015 unter <http://www.schoen-kliniken.de/ptp/medizin/psyche/persoenlichkeitsstoerung/computer-sucht>

Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_3 Online-Sucht

**Methodisch-didaktische Hinweise**

Arbeitsblatt	AB 1	AB 2
<b>Titel</b>	<b>Computersucht</b>	<b>Online-Sucht</b>
<b>Kompetenzen</b>	Die Schülerinnen und Schüler lernen das Thema Computersucht anhand eines Spots kennen.	Die Schülerinnen und Schüler übertragen die Aussagen eines Interviews mit einer Sucht-Expertin auf einen Informationsflyer.
<b>Methoden</b>	Videoanalyse, Blitzlicht, Internet-Recherche	Textanalyse, Partnerinterview, Infolyer
<b>Material</b>	Film, s.u. Arbeitsblatt	Arbeitsblatt
<b>Zeit</b> (in Minuten)	90	90
<b>Zugang Internet/PC</b>	ja	nein (Ja, für evtl. weitere Recherche für Informationsflyer)

**Hinweise für die Durchführung**

**AB 1: Computersucht**

Das Phänomen der Abhängigkeit ist hochkomplex und selbst aus medizinischer Sicht nicht einfach zu charakterisieren. Mit diesem Arbeitsblatt sollen sich die Schülerinnen und Schüler dem Thema trotzdem – mit dem ironischen Video etwas leichter – nähern. Das Blitzlicht nach dem Film soll alle Äußerungen ermöglichen, die den Schülerinnen und Schülern so auf- und eingefallen sind. Die Analyse des Films mit der Tabelle ermöglicht eine gezieltere Annäherung. Warum handeln die Personen so? Die Personen benehmen sich erschreckend normal... also ganz anders als eigentlich zu erwarten ist, immerhin sind sie mit einer anderen leblosen Person konfrontiert. Im übertragenen Sinne ist zu fragen, warum? Möglicherweise, weil man Computerspielsucht in unserer digitalen Welt häufig (lange) nicht erkennen kann? Oder weil die Gesellschaft davor „noch“ die Augen verschließt?  
Eine mögliche Lösung könnte so aussehen:

Szene	Was passiert?	Warum handeln die Personen so?	Wie würdest du reagieren?
Mit der Freundin	Sie sitzen auf der Couch und küssen sich, er fällt um.	Die Freundin ist ganz erstaunt und weiß nicht, was sie tun soll.	Ich würde meinen Freund / meine Freundin verlassen. ODER Ich würde meinen Freund / meine Freundin wachrütteln.
In der Pausenhalle	Der Junge lehnt an seinem Freund, der geht weg und er fällt um.	Die Freunde interessieren sich für andere Dinge als den Jungen.	Ich würde meinen Klassenkameraden nicht so alleine lassen und ihn trotzdem tragen.
Im Schwimmbad	Alle schwimmen, der Junge treibt im Wasser, scheinbar tot.	Die anderen lassen den Jungen treiben, weil sie gar nicht bemerken, dass er vielleicht tot ist.	Ich würde ihn sofort aus dem Wasser holen und Mund-zu-Mund-Beatmung/ Erste Hilfe machen / leisten.
Beim Sport	Alle spielen, der Junge hängt reglos im Tor.	Die anderen spielen und bemerken den Jungen nicht.	Ich würde versuchen den Jungen aufzuwecken, damit er mitspielen kann.
Im Auto	Die Familie steigt aus, der Junge bleibt sitzen, leblos.	Der Familie ist es egal, ob der Junge noch im Auto sitzen bleibt.	Ich würde meinen Bruder nicht da sitzen lassen, sondern mit aus dem Auto nehmen.
Beim Familienessen	Die Familie isst, der Junge sitzt dabei und fällt in die Suppe.	Die Familie interessiert sich überhaupt nicht für den Jungen.	Ich würde mit meinem Bruder schimpfen, wenn er sich so benimmt. ODER Ich würde ihn füttern.
Am Computer	Der Junge erwacht und ist sehr lebhaft.	Der Junge lebt nur in der digitalen Welt, da erwacht er.	Ich würde aufhören zu spielen.

Interessant ist der letzte Punkt bzw. die rechte Spalte der Tabelle mit der Frage, wie man sich richtig verhalten kann, wenn ein Freund / eine Freundin sich so verhält wie der Junge in dem Film, der offensichtlich nur in der digitalen Welt lebt und nicht in der realen. Dafür gibt es keine einfache Lösung, aber vielleicht trotzdem gute Ideen (s. Tabelle). Die Internet-Recherche zum Suchtverhalten geschieht auf einer kindgerechten Seite, die das Phänomen sehr einfach erklärt.





Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_3 Online-Sucht

**Methodisch-didaktische Hinweise**

**Hinweise für die Durchführung**

**AB 2: Online-Sucht**

Dieses Arbeitsblatt beinhaltet ein Interview mit Dr. Anne Pauly von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Die Schülerinnen und Schüler sollen es zunächst lesen und es sich dann in Form eines Partnerinterviews gegenseitig erläutern. Vielleicht schieben Sie hier eine kurze Phase der Rückfragen und der Vergewisserung ein, ob wirklich alle es angemessen und richtig verstanden haben. Der Inhalt des Interviews soll nun in der Erstellung eines Informationsflyers Anwendung finden.



**Lust auf mehr?**

- Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung hat zahlreiche Materialien zum Thema Suchtprävention: ☺ <http://www.bzga.de/themenschwerpunkte/suchtpraevention>, die eine weitergehende Erarbeitung des Themas erlauben.
- Rollenspiel: Die Schülerinnen und Schüler versetzen sich in die Rolle von Eltern, die den Informationsflyer von klicksafe gelesen haben. ☺ <http://www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/internet-handy-und-computerspielabhaengigkeit/> Stell dir vor, du wärst Mutter/Vater... lies den Flyer und führe ein Gespräch mit deinem gefährdeten Kind.



## Computersucht

Der Junge interessiert sich nicht mehr für seine Freundin, nicht für seine Freunde und erst recht nicht für seine Familie. Er wirkt wie tot und erwacht erst, als er den Computer einschaltet... das ist die Handlung im Spot „Wo lebst du?“ von Klicksafe.



Klicksafe-Spot „Wo lebst du?“

### Arbeitsaufträge

1. Bitte schaut euch gemeinsam den Film „Wo lebst du?“ an: [www.klicksafe.de/ueber-klicksafe/downloads/klicksafe-werbespots/download-wo-lebst-du](http://www.klicksafe.de/ueber-klicksafe/downloads/klicksafe-werbespots/download-wo-lebst-du)
2. Macht direkt danach ein „Blitzlicht“, in dem jeder das sagen darf, was ihm zu dem Film einfällt, ohne Kommentare der anderen.
3. Arbeitet nun in Partnerarbeit und füllt die Tabelle in Stichworten aus:

Szene	Was passiert?	Warum handeln die Personen so?	Wie würdest du reagieren?
Mit der Freundin			
In der Pausenhalle			
Im Schwimmbad			
Beim Sport			
Im Auto			
Beim Familienessen			
Am Computer			

4. Vergleicht anschließend euer Ergebnis und notiert das Wichtigste an der Tafel.
5. In dem Film geht es offensichtlich um ein Suchtverhalten. Bitte recherchiert auf dieser Seite in Partnerarbeit, was „Computersucht“ eigentlich genau ist. Schreibt die Merkmale auf!  
<http://www.internet-abc.de/kinder/computersucht.php>

Wie könntet ihr als Freund / Klassenkamerad / Eltern / Sportkamerad dem Jungen helfen?  
 Besprecht diese Frage in der Klasse!



## Online-Sucht (1/2)

**Interview mit Dr. Anne Pauly von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA, [www.bzga.de](http://www.bzga.de)), geführt im März 2015:**

### ? Was versteht man eigentlich genau unter Online-Sucht?

Im Umgang mit Computer, Internet und Computerspielen kann sich ein Verhalten entwickeln, das zu erheblichen persönlichen und zwischenmenschlichen Problemen und Belastungen führt. Die Betroffenen haben ihren Umgang mit Internet und Computerspielen nicht mehr unter Kontrolle, sie beschäftigen sich gedanklich übermäßig stark damit, fühlen sich unruhig oder gereizt, wenn sie diese Angebote nicht nutzen können. Sie vernachlässigen andere wichtige Lebensaufgaben wegen des Computerspielens oder der Internetnutzung. Diese Symptome sind denen ähnlich, die bei Suchterkrankungen festzustellen sind.

### ? Wie kann man sie erkennen?

Die Grenze zwischen normaler und schädlicher Computernutzung ist schwer zu bestimmen. Eine phasenweise intensive Beschäftigung mit einem Computerspiel oder einem Internetangebot ist allein kein Grund zur Besorgnis. Auch kann man nicht sagen, ab wie vielen Stunden täglicher Computernutzung ein problematisches Verhalten vorliegt. Die Funktion des Computerspielens oder des Internetgebrauchs ist aber ein wesentliches Merkmal von problematischer Nutzung. Gefährlich werden kann es, wenn

- man den Computer als Trostspender nutzt oder ihn bei Stress anmacht, um wieder runterzukommen,
- der Computer wichtiger als die reale Welt wird,
- der Computer die Freizeitgestaltung hauptsächlich bestimmt.

### ? Wie entsteht sie?

Für eine Abhängigkeitserkrankung gibt es immer mehr als eine Ursache. Oft wird eine Abhängigkeitsentwicklung durch verschiedene Dinge bedingt, die in Wechselwirkung miteinander stehen.

### ? Sind Jugendliche besonders gefährdet?

Digitale Medien scheinen wie für Jugendliche gemacht zu sein: Selbstdarstellung, Identitätsfindung, Action-Erlebnisse und Kommunikation ohne Grenzen mit virtuellen oder realen Freunden erfüllen jugendliche Bedürfnisse. Die für Jugendlichen attraktiven Internetangebote wie Soziale Netzwerke oder Spiele können besonders bei Jugendlichen zu übermäßiger Nutzung verleiten.

Für sich genommen sind das Internet oder Computerspiele nicht nur positiv oder nur negativ.

Für Schule und Beruf ist es heutzutage äußerst wichtig, sich sicher und gezielt im Internet bewegen zu können. Daneben sind Internetangebote aber auch zu einem wesentlichen Teil der modernen Freizeitgestaltung für Jugendliche geworden.

### ? Wie kann man sich selbst schützen?

Keiner will süchtig sein. Denn Sucht bedeutet immer, von etwas nicht lassen zu können, das einem nicht gut tut.

- Die Grundregel lautet: Pass auf dich auf! Hab immer im Blick, wann und wie lange du deinen Computer nutzt und achte darauf, dass du nicht völlig abtauchst.
- Hilfreich ist es, wenn du dir feste Zeiten setzt, die du mit dem Computer verbringst. Leg für dich einfach eine tägliche oder wöchentliche Stundenzahl fest, damit du auch noch Zeit für andere Dinge hast. Aber sei ehrlich zu dir selbst und halt dich dran.
- Sport ist die beste Medizin? Auf jeden Fall hält Sport fit, du kommst auf andere Gedanken und kannst dich dabei auch noch so richtig auspowern. Ob du nun aber regelmäßig Sport machst oder dir ein anderes Hobby suchst, Hauptsache es macht dir Spaß und du kommst dadurch auch mal gedanklich vom Computer weg!



## Online-Sucht (2/2)

- Mal ehrlich: Wissen deine Eltern, was du so alles am Computer machst? Und gibt es deswegen häufig Ärger zu Hause? Erklär ihnen doch mal die Spiele, die du spielst oder die Seiten, auf denen du mit deinen Freundinnen und Freunden chattest. Das schafft Klarheit, auch für dich. Außerdem bist du der Profi, was das Thema betrifft, und kannst deinen Eltern noch so manches beibringen!
- „Der Computer bleibt heute mal aus!“ Wie fühlst du dich bei so einer Ansage? Wirst du unruhig oder schaffst du es, die computerfreie Zeit anders zu nutzen? Mach etwas, das dir Spaß macht, in der plötzlich frei gewordenen Zeit!

### Was können Freunde und Angehörige tun?

Wenn deine Freundin oder dein Freund ein Problem haben, muss das ja nicht gleich jeder wissen. Sprich das Thema deshalb an, wenn ihr irgendwo ungestört und allein seid. Am besten an einem Ort, an dem ihr euch wohl fühlt.

Kurz vor einer Klassenarbeit kann auch deine beste Freundin oder dein bester Freund kein Problemgespräch gebrauchen. Um ein so heikles Thema anzusprechen, wähle deshalb einen Zeitpunkt, in dem kein Stress herrscht. Ihr solltet auch Zeit haben, länger darüber zu reden.

Vielleicht ist deiner Freundin oder deinem Freund schon selbst aufgefallen, dass die Zeit vor dem Computer oder im Internet immer wieder aus dem Ruder läuft. Das zu ändern, fällt vielen schwer. Es bringt also nichts, wenn du Vorwürfe machst. Versuch lieber, verständnisvoll zu sein. So kannst du deine Freundin oder deinen Freund besser erreichen, sodass sie oder er auch Hilfe annimmt.


Hilfreich bei Problemgesprächen ist immer, so konkret wie möglich zu sein. Mach deiner Freundin oder deinem Freund deshalb keine allgemeinen Vorwürfe, mit denen wenig anzufangen ist. Besser du schilderst ganz genau, was dir wann aufgefallen ist oder dich gestört hat. Teile ihr oder ihm auch mit, wie die Situation für dich ist und was du dir für sie oder ihn wünschst würdest.

Deiner Freundin oder deinem Freund wird es nur besser gehen, wenn sie oder er lernt, anders mit dem Computer umzugehen. Das geht nicht von heute auf morgen. Biete deshalb gezielt deine Hilfe an. Gemeinsam könnt ihr besprechen, wie man in Zukunft auch mal auf den Computer verzichten kann.

### Arbeitsaufträge:

1. Bitte lest das Interview sorgfältig.
2. Führt dazu ein „Partnerinterview“ durch!
3. Arbeitet in Partnerarbeit weiter. Nutzt euer Wissen über Online-Sucht und erstellt einen 1-seitigen Infolyer, den ihr in eurer Schule verteilen könnt.



**Tipp:** Hier könnt ihr einen Selbsttest machen:  
 [www.suchtpraevention-zh.ch/selbsttest/online-konsum/](http://www.suchtpraevention-zh.ch/selbsttest/online-konsum/)

Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_1 Cyber-Mobbing

6\_2 Virtualität und Realität

6\_3 Online-Sucht

**6\_4 Werbung und Abzocke**

## Werbung und Abzocke

Manchmal eher unauffällig, manchmal penetrant – auf einem Streifzug durch die Online-Landschaft bleibt man kaum von Werbung verschont.

Der Werbemarkt ist offline wie online hochdynamisch und die Werbeindustrie ständig auf der Suche nach kreativen Einfällen und neuen Marketingformen. Dies führt zu einer verwirrenden Vielfalt und zum Teil perfiden Strategien, so dass eine Unterscheidung von redaktionellem Inhalt und Werbung trotz „Trennungsgesetz“ und Kennzeichnungspflicht im Internet bedeutend schwieriger ist als zum Beispiel bei Fernsehwerbung. Nicht nur für Kinder kann es deshalb schwer sein, Werbeabsichten zu durchschauen.

### Online-Marketing-Formen

Hier werden die wichtigsten Internet-Werbestrategien zur Unterscheidung kurz erklärt:

#### ■ Affiliate

Affiliate bedeutet übersetzt „Partner“ und damit ist das „Affiliate-Marketing“ auch gut beschrieben. Der eigentliche Affiliate, zum Beispiel der Betreiber einer Webseite, bietet einem Anbieter, dem „Merchant“, einen Werbeplatz, der provisionsabhängig vergütet wird.

#### ■ In-Page – der Klassiker

Display-Advertising oder kurz „Display-Ads“ kann man grob unterscheiden in „In-Stream-Videos“ (s. u.) und „In-Page“, also der klassische Werbebanner, welcher in den letzten Jahren eine Normierung erfahren hat.

#### ■ Content und In-Text

Content-integrierte Werbung („Integrated advertising“) ist im redaktionellen Bereich einer Website platziert und fügt sich gestalterisch in das Layout ein. Häufig passt die Werbeaussage auch inhaltlich zum Webangebot und ist deshalb schwer zu erkennen. In-Text-Werbung sieht man sehr oft in Diskussionforen oder Blogs. Dabei werden bestimmte Begriffe verlinkt, die mit der Werbung in Verbindung stehen.

#### ■ In-Stream-Video-Werbung

Hier erfolgt die Werbung in Form eines – meist kurzen – Videos.

#### ■ Search-Marketing

Werbeanzeigen auf den Ergebnislisten von Suchmaschinen: Firmen können ihre Werbung entsprechend der Suchbegriffe der Kunden einblenden.

#### ■ Sponsoring

Sponsoring findet man häufig auf Internetseiten von Fernsehsendern. Es werden Gewinnspiele, Downloads oder andere attraktive Aktionen von Sponsoren präsentiert, um ein positives Image bei der jungen Zielgruppe aufzubauen.

#### ■ Werbespiele

Werbespiele (Advergames, Adgames) sind gesponserte Onlinespiele, die in werbefinanzierten Websites oder auf firmeneigenen Websites eingebunden werden können.

#### ■ Alles ist Werbung

Der gesamte Internetauftritt kann als Werbefläche dienen. Auch Newsletter, Gewinnspiel und Clubmitgliedschaft dienen oft Werbezwecken. Durch E-Cards und Weiterempfehlen der Seite bzw. des Artikels wird z. B. das Kind direkt zum kostenlosen und besonders vertrauenswürdigen Werbebotschafter.

#### ■ Werbe-Mails

Werbe-Mails kontaktieren effektiv, weil sich der Empfänger dadurch persönlich angesprochen fühlt. Sie sind mit Hinweisen auf Produkte und Bestellmöglichkeit und zum Teil auch mit Links zu Onlineshops versehen.

#### ■ Virales Marketing

Die massenhafte und schnelle Verbreitung über z. B. Soziale Netzwerke – ähnlich einem Virus.

*Die Mutter aller viralen Marketingkampagnen lieferte die Firma Blendtec schon 2006. Der Hersteller von Standmixern ließ vor laufender Kamera seinen Gründer Tom Dickson auf YouTube allerlei Gegenstände wie Golfbälle, Fotoapparate, Batterien und Handys zu feinem Pulver mixen. Mit einem Budget von 50 Dollar schaffte die Firma eine Umsatzsteigerung von 700 %:<sup>1</sup>*

 [www.youtube.com/user/Blendtec](http://www.youtube.com/user/Blendtec)

### Umgang mit Online-Werbung

Insgesamt erfordert der Umgang mit Internetwerbung von Nutzern unterschiedliche Handlungsstrategien. Er stellt somit höhere Anforderungen an ihre Medienkompetenz als beispielsweise der Umgang mit Fernsehwerbung. Es gibt also nicht die „eine“ Strategie.

### Vermischung von Inhalt und Werbung

Oft sind redaktionelle Inhalte und Werbung vermischt. Insbesondere Spiele dienen dazu, subtile Werbot-schaften und Produktinformationen zu liefern. Kinder sind meist nicht in der Lage, dies zu durchschauen. Produktinformationen, Shops und Gewinnspiele vermengen sich mit allgemeinen Inhalten, Communitys und Chat-Räumen. Auch für Internetwerbung gelten Richtlinien, die von Werbetreibenden einzuhalten sind. Nach dem „Trennungsgebot“ muss Werbung deutlich erkennbar sein. Sie sollte z. B. den Schriftzug „Werbung“ oder „Anzeige“ tragen und sich in der Gestaltung deutlich von der restlichen Internetseite unterscheiden.



#### Aus der Praxis

Das Thema Werbung ist ein Standard-Thema der Sozialwissenschaften (Politik, Sozialkunde etc.) und eignet sich daher gut als fächerverbindendes Projekt..

### Jugendliche und Werbung

Bei Jugendlichen finden sich zum Teil sehr unterschiedliche Herangehensweisen an Online-Werbung. Im Jahr 2014 hat das JFF-Institut für Medienpädagogik im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz die Studie „Jugendliche und Online-Werbung im Social Web“ durchgeführt und in diesem Zusammenhang einige Erkenntnisse über die Altersgruppe der 12-16 Jährigen gewinnen können:<sup>2</sup>

- Die für die befragten Jugendlichen wichtigsten Plattformen sind durchweg kommerzielle Angebote;
- Beliebte Angebote wie Facebook, YouTube und Skype informieren zwar über die teils nur schwer als solche Werbeformen, jedoch in einer für Jugendliche kaum nachvollziehbaren Art und Weise;
- Überwiegend kritisieren die Jugendlichen Online-Werbung;
- Die Umgangsweisen der Jugendlichen sind hinnehmend, nutzenorientiert und nur selten unterbindend;
- Die Jugendlichen erkennen zwar Gestaltungsmittel von Werbung, von den Geschäftsmodellen und Auswertungsverfahren für personalisierte Werbung haben sie jedoch keine Vorstellung.



Zusammenfassend und etwas vereinfacht könnte man sagen, dass die Jugendlichen sich sehr wohl bewusst sind, dass sie massenhaft und fast ausschließlich kommerzielle Angebote nutzen. Sie stehen der Werbung auch kritisch gegenüber, aber sie haben eine falsche Selbsteinschätzung bezüglich ihrer Verbraucher und vor allem handeln sie nicht entsprechend. Sie können Werbeangebote, Formen personalisierter Werbung und die dahinterliegenden Interessen oft nicht erkennen.<sup>3</sup>



Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_1 Cyber-Mobbing

6\_2 Virtualität und Realität

6\_3 Online-Sucht

**6\_4 Werbung und Abzocke**

## Abzocke

### Social Engineering

Was früher einfach „Abzocke“ genannt wurde und rechtlich meistens als „Betrug“ (§ 263 StGB) bezeichnet wird, heißt in der Internet-Sprache „Social Engineering“. Damit ist gemeint, dass Internetnutzer so manipuliert werden, dass sie vertrauliche Informationen preisgeben, etwas Bestimmtes kaufen oder sogar Geld überweisen ohne Gegenleistung. Der Klassiker ist die zu Tränen rührende E-Mail über jemanden in Not und das Versprechen auf eine reiche Belohnung in der Zukunft. Doch heute sind die Methoden subtiler:

### Wie laufen die „neuen“ Betrugs-Methoden ab?

Ob Intelligenztests oder Prognosen zur eigenen Lebenserwartung: die Teilnahme an Gewinnspielen, Warenprobentests oder Offerten zu Gratis-SMS – Anbieter locken und wollen neben persönlichen Angaben wie Alter und Geschlecht, auch den vollständige Namen und die Postanschrift erhalten.

### Die Maschen

Die Verbraucherzentrale Niedersachsen listet die typischen Maschen der Abzocker auf<sup>4</sup>:

- Ungenügende Kostenhinweise
- Aktionspreise und Sonderangebote
- Kosten versteckt im Kleingedruckten
- Häkchen = Verzicht auf Widerruf
- Erschlichene Daten, z. B. über Gewinnspiele
- Versteckte Anbieter mit unzureichendem Impressum
- Irreführende Internet-Adresse, die so ähnlich klingen wie eine bekannte und seriöse



Wer aufgrund einer solchen unzureichenden Preisinformation darauf herein fällt und sich registriert, kann sich in der Regel gegen die geltend gemachten Forderungen wehren und die Zahlung verweigern. Die Betreiber der entsprechenden Seiten wissen genau, dass sie vor Gericht kaum eine Chance hätten und versuchen daher die Betroffenen durch Einschüchterungen in Form von Mahnungen oder Inkassoschreiben zur „freiwilligen“ Zahlung zu bewegen.

### Typische Merkmale

Die Angebote sind so gestaltet, dass deren Nutzung auf den ersten Blick kostenlos erscheint. Gleichzeitig lockt oft die Teilnahme an einem tollen Gewinnspiel, bei dem hohe Sach- oder Geldpreise zu gewinnen sind. Tatsächlich fallen jedoch entweder einmalige Nutzungsentgelte (meist 30 oder 59 Euro) an oder der Nutzer schließt sogleich ein dauerhaftes, kostenpflichtiges Abonnement (z. B. Zeitschriften- oder Klingelton-Abo) ab. Zu finden sind die entstehenden Kosten entweder im Kleingedruckten ganz unten auf der Seite, so dass der Nutzer erst herunterscrollen muss oder sogar nur in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), die extra angeklickt und teilweise seitenweise gelesen werden müssen.

**Tipps**

Worauf sollte man achten bevor man sich bei einem Angebot registriert? Grundsätzlich gilt, bei allem was mit „Gratisangebot“, „Clubmitgliedschaft“ oder „Gewinnspiel“ und Ähnlichem wirbt, auf jeden Fall zweimal nachzusehen, ob sich irgendwo ein Preis-hinweis versteckt. Je größer die Wörter „kostenlos“ oder „gratis“ angepriesen werden, desto größer sollte auch Ihre Vorsicht sein. Spätestens wenn Sie aufgefordert werden, Ihre persönlichen Daten anzugeben, sollte Sie auf folgende Punkte achten:

- **Werfen Sie** unbedingt einen Blick ins Kleingedruckte (AGB) und scrollen Sie die Internetseite bis ganz nach unten. Durchsuchen Sie dann die Seiten danach, ob sich dort ein Kostenhinweis versteckt. Es mag zwar anstrengend sein, seitenweise AGB zu lesen, doch gerade im Internet sind diese die beinahe einzige Informationsquelle um herauszufinden, auf was man sich tatsächlich einlässt.
- **Achten Sie** auf den „Haken mit dem Haken“ und vergewissern Sie sich, ob nicht noch ein ungewolltes Kästchen aktiviert ist. In besonders arglistigen Fällen werden auch manchmal nur Verweissternechen (\*) verwendet und die dazugehörige Anmerkung der Preis stehen irgendwo am unteren Rand der Seite.
- **Gehen Sie** mit Ihren persönlichen Daten grundsätzlich sparsam um! Prüfen Sie vor allem ganz genau, an wen Sie Ihre Bankdaten weitergeben!
- **Bevor Sie** per Mausclick Ihre Anmeldung bestätigen, lesen Sie die Vertragsbedingungen gewissenhaft durch. Ist dort die Rede von (Mindest-) Vertragslaufzeiten oder Kündigungsfristen, weist dies meistens auf eine vertragliche Bindung hin, die mit Kosten verbunden ist.
- **Prüfen Sie**, wie Sie Kontakt zum Anbieter herstellen können! Im so genannten Impressum muss Identität und Anschrift angegeben sein. Achten Sie darauf, dass dort nicht nur ein Postfach angeführt ist. Wenn der Anbieter im Ausland sitzt, kann es bei Reklamationen schwierig sein, Ihre Rechte durchzusetzen.
- **Lassen Sie** sich nicht durch die Teilnahme an einem tollen Gewinnspiel blenden! Die versprochenen Gewinne sollen zumeist nur von den Kosten ablenken.
- **Werden Sie** deutlich über Ihr Widerrufsrecht informiert? Bei Vertragsabschlüssen im Internet haben Sie oftmals die Möglichkeit, den Vertrag innerhalb von zwei Wochen zu widerrufen. Erfolgt keine ordnungsgemäße Belehrung über das Widerrufsrecht, können Sie zumeist den Vertrag noch länger rückgängig machen.

**Button-Lösung**

Zum 1. August 2012 trat in Deutschland eine Gesetzesänderung beim § 312g des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) in Kraft, die als „Button-Lösung“ (seit 2014 gleichlautend im § 312j) bekannt wurde. Darin ist geregelt, dass Online-Händler dazu verpflichtet sind, vor einer kostenpflichtigen Bestellung im Internet folgende Informationen „klar, verständlich und in hervorgehobener Weise zur Verfügung zu stellen“<sup>5</sup>: Die gesamte Bestellübersicht mit

- Produktmerkmalen,
- Mindestlaufzeit,
- Gesamtpreis,
- Versandkosten und
- Zusatzkosten.

Der Button selbst darf ausschließlich mit „zahlungspflichtig bestellen“ oder einer ähnlich eindeutigen Formulierung beschriftet sein.

**Beweispflicht der Händler**

Verstößt der gewerbliche Händler gegen die o. a. Button-Vorschriften, kommt kein Vertrag zustande und damit auch keine rechtskräftige Bestellung des Produkts. Wichtig ist dabei im Fall der Fälle, dass die Beweislast beim Anbieter liegt, d.h. er muss beweisen, dass er ordnungsgemäß über die Zahlungspflicht informiert hat.





Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_1 Cyber-Mobbing

6\_2 Virtualität und Realität

6\_3 Online-Sucht

**6\_4 Werbung und Abzocke**

### Was tun im Falle einer Abmahnung?

Das Wort „Abmahnwelle“ hat den Weg in den deutschen Sprachschatz gefunden und bezeichnet die massenhafte Abmahnung durch Rechtsanwälte, vor allem bei Urheberrechtsverletzungen. Dabei ist die Abmahnung als Rechtsmittel eigentlich eine gute Idee, soll sie doch Streitigkeiten auf direktem und kostengünstigem Wege – ohne sofort ein Gericht einzuschalten – beilegen. Das Problem daran ist, dass sofort sehr hohe Streitwerte unterstellt werden und somit eine Abmahnung lukrativ ist. Nach etwa 600.000 Abmahnungen im Jahre 2010 (ausgewiesen in der Jahresstatistik des „Abmahnwahn e.V.“<sup>6</sup>) mit einem Volumen von 500 Millionen Euro und geschätzten 4,3 Millionen Abmahnungen in Deutschland bislang, reagierte der Gesetzgeber. Am 1. Oktober 2013 trat das „Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken“ (UWGuaÄndG) in Kraft, das eine Reihe von Neuerungen für Abmahnungen enthält. Die wohl für Verbraucher wichtigste ist der § 97a des Urheberrechtsgesetzes<sup>7</sup>:



*Für die Inanspruchnahme anwaltlicher Dienstleistungen beschränkt sich der Ersatz der erforderlichen Aufwendungen hinsichtlich der gesetzlichen Gebühren auf Gebühren nach einem Gegenstandswert für den Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch von 1.000 Euro, wenn der Abgemahnte*

1. eine natürliche Person ist, die nach diesem Gesetz geschützte Werke oder andere nach diesem Gesetz geschützte Schutzgegenstände nicht für ihre gewerbliche oder selbständige berufliche Tätigkeit verwendet, und
2. nicht bereits wegen eines Anspruchs des Abmahnenden durch Vertrag, auf Grund einer rechtskräftigen gerichtlichen Entscheidung oder einer einstweiligen Verfügung zur Unterlassung verpflichtet ist.

Das heißt: Beim ersten Vergehen darf der Streitwert für Privatpersonen 1.000 Euro nicht übersteigen. Und damit ist auch die entsprechende Höhe der Abmahnung gedeckelt.

Wenn die Forderung auf jeden Fall unberechtigt ist, dann rät die Verbraucherzentrale, sie sicherheitshalber mit einem Schreiben (per Einschreiben!) abzuwehren. Dazu stellt sie Musterbriefe zur Verfügung:

📄 [www.vz-nrw.de/musterbriefe-onlineabzocke](http://www.vz-nrw.de/musterbriefe-onlineabzocke).

Eigentlich muss auf Drohungen in E-Mails, Briefen usw. nicht reagiert werden und es darf ein Mahnbescheid des Gerichts abgewartet werden, der innerhalb von 14 Tagen beantwortet werden muss. Sinnvoll ist es in der Regel eine Rechtsberatung in Anspruch zu nehmen, bei Kindern und Jugendlichen natürlich durch die Eltern.

### App-Zocke

Abzocke-Methoden gibt es schon lange auf dem Handy, erinnert sei an die vielbeworbenen Klingelton-Abos. Seit der massenhaften Verbreitung von Smartphones entwickeln sich ganz neue Betrugsmethoden über Apps. Kostenlose Apps auf dem Smartphone finanzieren sich meist über Werbung und hier bringen sich Abofallen, meist getarnt als simple Werbeeinblendung, in Stellung.

Problematisch sind auch sogenannte In-App-Käufe. Darunter versteht man kostenpflichtige Zusatzfunktionen, die man im Rahmen einer App erwerben kann. Bei Spielen kann es sich dabei beispielsweise um „extra Leben“ oder erweiterte Versionen des Spiels handeln. Durch viele, scheinbar kleine Beträge kann sich so eine stolze Summe ansammeln.

Vor Kostenfallen in Bezug auf die In-App-Käufe kann man sich schützen, indem man diese sperrt. Dazu kann man in den meisten Smartphone-Betriebssystemen Beschränkungen setzen. Anleitungen dazu gibt es unter 📄 [www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/smartphones/apps-abzocke/](http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/smartphones/apps-abzocke/)

### Drittanbietersperre aktivieren!

Vor Abofallen und damit vor unerwarteten Kosten kann man sich durch die sogenannte Drittanbietersperre schützen. Der Drittanbieter ist in diesem Fall der Anbieter des ungewollten Abos. Die Sperrung erreicht man durch einen Anruf bei seinem Mobilfunkanbieter oder einem entsprechend an diesen gerichteten Brief. Eine Vorlage für ein solches Schreiben ist auf der Internetseite der Verbraucherzentrale Niedersachsen zu finden: 📄 [www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de/link1810509A.html](http://www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de/link1810509A.html)

Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_4 Werbung und Abzocke

**Links und weiterführende Literatur**

**Endnoten**

## Links und weiterführende Informationen

### Webseiten

[www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/smartphones/apps-abzocke/](http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/smartphones/apps-abzocke/)

Informationen auf klicksafe.de zu Abzocke bei Apps

[www.handysektor.de/abo-abzocke/uebersicht.html](http://www.handysektor.de/abo-abzocke/uebersicht.html)

Übersichtsseite von handysektor zum Themenbereich Abo+Abzocke

[www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/abzocke-im-internet-erst-durchblicken-dann-anklicken/](http://www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/abzocke-im-internet-erst-durchblicken-dann-anklicken/)

Flyer Abzocke im Internet von klicksafe und der Verbraucherzentrale NRW

[www.internet-abc.de/eltern/abzocke-kostenfallen.php](http://www.internet-abc.de/eltern/abzocke-kostenfallen.php)

Informationen für Eltern zu Abzocke im Internet von Internet-ABC

[www.vz-nrw.de/musterbriefe-onlineabzocke](http://www.vz-nrw.de/musterbriefe-onlineabzocke)

Musterbriefe der Verbraucherzentrale NRW

[www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de/link1810509A.html](http://www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de/link1810509A.html)

Vorlage für die Drittanbietersperre der Verbraucherzentrale Niedersachsen

## Endnoten

<sup>1</sup> SAUER, P. J. (2015, 12. Mai). *Confessions of a Viral Video Superstar*. Aufgerufen am 13.05.2015 unter <http://www.inc.com/articles/2008/06/blendtec.html>

<sup>2</sup> JFF. (2014). *Kernergebnisse der Studie „Jugendliche und Online-Werbung im Social Web“*. Aufgerufen am, 13.05.2015 unter [www.jff.de/jff/aktivitaeten/forschung/artikel/art/ergebniszusammenfassung-der-studie-jugendliche-und-online-werbung/](http://www.jff.de/jff/aktivitaeten/forschung/artikel/art/ergebniszusammenfassung-der-studie-jugendliche-und-online-werbung/)

<sup>3</sup> BRÜGGEN, N., Dirr, E., Schemmerling, M. & Wagner, U. (2014): *Jugendliche und Online-Werbung im Social Web*. Herausgegeben von Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz. Aufgerufen am 13.05.2015 unter [www.jff.de/jff/fileadmin/user\\_upload/Projekte\\_Material/verbraucherbildung.socialweb/JFF-Studie\\_Jugendliche\\_Online-Werbung\\_SocialWeb.pdf](http://www.jff.de/jff/fileadmin/user_upload/Projekte_Material/verbraucherbildung.socialweb/JFF-Studie_Jugendliche_Online-Werbung_SocialWeb.pdf)

<sup>4</sup> VERBRAUCHERZENTRALE Niedersachsen (2015). *Internetabzocke: Die Maschen der Betrüger*. Aufgerufen am 13.05.2015 unter <http://www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de/RG458571A0AM/linkpdf?unid=461711A>

<sup>5</sup> BÜRGERLICHES Gesetzbuch (BGB). § 312j *Besondere Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber Verbrauchern*.

Aufgerufen am 13.05.2014 unter [http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/\\_312j.html](http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/_312j.html)

<sup>6</sup> INTERESSENSGEMEINSCHAFT gegen den Abmahnwahn (2014). *Abmahnstatistik 2010*. Aufgerufen am 13.05.2015 unter <http://www.iggdaw.de/filebase/index.php/Entry/8-Abmahnstatistik-2010/>

<sup>7</sup> URHEBERRECHTSGESETZ. § 97a *Abmahnung*. Aufgerufen am 13.05.2015 unter [http://www.gesetze-im-internet.de/urhg/\\_97a.html](http://www.gesetze-im-internet.de/urhg/_97a.html), Aufruf vom 20.07.2014



Worauf wir achten sollten: Herausforderungen im Netz

6\_4 Werbung und Abzocke

**Methodisch-didaktische Hinweise**

Arbeitsblatt	AB 1	AB 2
<b>Titel</b>	<b>Internet – alles Werbung?</b>	<b>Google = Werbung?</b>
<b>Kompetenzen</b>	Die Schülerinnen und Schüler erkennen anhand einer Liste von Internet-Werbeformen entsprechende Beispiele auf Webseiten.	Die Schülerinnen und Schüler beschreiben die Werbeformen AdSense, AdWords und Behaviour Targeting und übertragen dies in ein Rollenspiel.
<b>Methoden</b>	Tabelle, Internet-Recherche, Unterrichtsgespräch	Internet-Recherche, Rollenspiel, Unterrichtsgespräch
<b>Material</b>	Arbeitsblatt	Arbeitsblatt
<b>Zeit</b> (in Minuten)	90	135
<b>Zugang Internet/PC</b>	ja	ja

**Hinweise für die Durchführung**

<b>AB 1: Internet – alles Werbung?</b>	Die Schülerinnen und Schüler sind sich oft darüber im Klaren, dass sie von Werbung umgeben sind, es ist für sie normal. Vielleicht können Sie in einem Unterrichtsgespräch den einleitenden Satz „Werbung möchte nur eines: Dich zum Kauf auffordern!“ thematisieren. Die Liste der Werbeformen kann ergänzt werden, da die Werbeindustrie ständig neue Formen entwickelt, wenn sich alte als gewohnt und deshalb wenig effektiv herausstellen. Vielleicht finden die Schülerinnen und Schüler sogar weitere Werbeformen, die nicht in das aufgeführte Raster passen. Nach der grundsätzlichen Erarbeitung der Formen sollen die Schülerinnen und Schüler praktische Beispiele finden. Sie dürften fündig werden bei den großen Anbietern wie Amazon, YouTube, Google, aber auch bei den kommerziellen Fernsehsendern wie RTL oder Pro7 etc. Werbe-E-Mails sind sicherlich ebenfalls leicht zu finden und vielleicht finden Sie ein aktuelles Beispiel für virales Marketing (in Sozialen Netzwerken) für das sich Werbetreibende aus Effizienzgründen gerne engagieren. Die Ergebnisse sollen sich die Schülerinnen und Schüler gegenseitig vorstellen, indem nur die Seite genannt wird und die Werbeform selbst gesucht werden soll.
<b>AB 2: Google = Werbung?</b>	Die Schülerinnen und Schüler sollen sich innerhalb ihrer Gruppen über das System von AdSense und AdWords sowie „Behavioral Targeting“ informieren. In der gespielten Fernsehdiskussion zum Thema „Alles nur Werbung oder was? Müssen Jugendliche geschützt werden?“ lernen sie, sich mit den verschiedenen Positionen auseinander zu setzen. Wichtig ist eine anschließende Distanzierung von den Rollen und eine Reflexion des „Spiels“.



**Lust auf mehr?**

- Werbung ist ohnehin Bestandteil vieler Lehrpläne. Die immer stärkere Internetwerbung ist sicherlich ein spannendes Thema. Hier gelten die üblichen Werberegeln und -mechanismen nur zum Teil, da es sich um ein interaktives Medium handelt. Vielleicht ist ein Vergleich von Werbung in Zeitung, Fernsehen und Internet spannend.
- Media smart bietet Materialpakete für Lehrer sowie interaktive Spiele und Übungen, die vor allem jüngeren Kindern helfen, Werbung zu durchschauen: [www.mediasmart.de](http://www.mediasmart.de)



## Internet – alles Werbung? (1/2)

Stört dich Werbung? Sie ist allgegenwärtig und hat immer das gleiche Ziel: Dich zum Kaufen aufzufordern.

Im Fernsehen kann man Werbung ganz gut erkennen, aber im Internet ist Werbung oft schwierig vom Inhalt der Seite zu unterscheiden.



**Es gibt viele verschiedene Werbeformen im Internet, die sich ständig weiterentwickeln.**

**Hier findest du einige typische: Achtung, jetzt kommen viele englische Ausdrücke aus der Werbesprache.**

### A Affiliate

Affiliate bedeutet übersetzt „Partner“ und damit ist das „Affiliate-Marketing“ auch gut beschrieben. Bei dieser Werbung bietet der Betreiber einer Webseite einer anderen Firma Platz für Werbung (selbstverständlich gegen Bezahlung)

### B In-Page – der Klassiker

Display-Advertising oder kurz „Display-Ads“ kann man grob unterscheiden in die Formen von „In-Page“ und „In-Stream Videos“. Mit „In-Page“ ist das klassische Werbebanner gemeint, das man oft als Rechteck oben und seitlich entdecken kann.

### C Content und In-Text

Content-integrierte Werbung („Integrated advertising“) ist im redaktionellen Bereich einer Website platziert und ist oft nur schwer zu erkennen. Dabei werden bestimmte Begriffe verlinkt, die mit der Werbung in Verbindung stehen.

### D In-Stream-Video-Werbung

Hier erfolgt die Werbung in Form eines – meist kurzen – Videos. Das sieht man häufig auf Videoplattformen wie YouTube.

### E Search-Marketing

Hier kennen alle die Form der Werbung in der Suchmaschine Google. Dabei können Firmen ihre Werbung entsprechend der Suchbegriffe der Kunden einblenden.

### F Sponsoring

Dabei werden Gewinnspiele, Downloads oder andere attraktive Aktionen von Sponsoren präsentiert, um ein positives Image bei der jungen Zielgruppe aufzubauen.

### G Werbespiele

Werbespiele (Advergames, Adgames) sind gesponserte Onlinespiele, die in werbefinanzierten Websites oder auf firmeneigenen Websites eingebunden werden können.

### H Alles ist Werbung

Der gesamte Internetauftritt kann als Werbefläche dienen. Auch Newsletter, Gewinnspiele und Clubmitgliedschaften dienen oft Werbezwecken.

### I Werbe-Mails

Werbe-Mails sind mit Hinweisen auf Produkte und Bestellmöglichkeiten und zum Teil auch mit Links zu Onlineshops versehen.

### J Virales Marketing

Damit ist eine massenhafte und schnelle Verbreitung (wie ein Virus eben) der Werbebotschaft über Soziale Netzwerke gemeint.



## Internet – alles Werbung? (2/2)

### Arbeitsaufträge:

1. Suche im Internet nach Beispielen für die Werbeformen A bis J. Fülle folgende Tabelle aus:

Werbeform	Internet-Adresse	Werbung für	So sah die Werbung aus
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			
H			
I			
J			

2. Findest du auch Beispiele für ziemlich gut versteckte Werbung?  
 Wenn ja, dann stelle sie den anderen vor:  
 Nenne ihnen die Seite und lasse sie selbst suchen.



**Tipp:** Bei Blinde Kuh gibt es ein lustiges Spiel:  
 „Pop-up-Kong-Fu“

🌐 [www.blinde-kuh.de/spiele/popupkongfu/](http://www.blinde-kuh.de/spiele/popupkongfu/)



## Google = Werbung?



*Google gilt als der Perfektionierer des Werbesystems im Internet. Google Inc. wurde 1998 gegründet und hat seinen Hauptsitz im Mountain View, Kalifornien. Seit 2004 ist es ein Börsenunternehmen. Bereits 2005 hatte Google einen marktbeherrschenden Anteil an allen Suchanfragen im Internet. Am 14.4.2007 kaufte Google die Werbefirma DoubleClick für einen Preis von 3,1 Mrd. Dollar. Google verwendet die Systeme „AdWords“ und „AdSense“.*

Das Ziel von Werbung ist, dich zum Kauf aufzufordern. Leider (für die Werbetreibenden) hat normale Werbung hohe Streuverluste (wie viele kaufen schon ein Produkt

nach einer normalen Fernsehwerbung?), deshalb wurden neue Formen der Werbung entwickelt. Ein Verfahren heißt „Behavior Targeting“ und dies funktioniert besonders gut in interaktiven Medien wie dem Internet.

### Arbeitsaufträge:

1) Teilt euch bitte in einer der folgenden Gruppen zu:

Jugendliche oder Jugendlicher	Vater oder Mutter	Firma Malki	Google
Du bist genervt von der Werbung und versuchst, dich vor ihr zu schützen.	Du bist besorgt, wie viel Werbung es für Kinder und Jugendliche gibt.	Du möchtest für dein Produkt „Malki-Schokolade“ Werbung für Jugendliche machen.	Du verkaufst Werbung über AdWords und AdSense.
Informiert euch bitte darüber, wie AdWords funktioniert.			
Informiert euch darüber, wie AdSense funktioniert.			
Informiert euch darüber, was „Behavior Targeting“ ist und wie es funktioniert.			
Entwickelt eine Strategie, eure Interessen zu vertreten.			



2) Bereitet in den Gruppen eine „Fernseh“-Diskussion vor, in der über die Frage diskutiert werden soll: „Alles nur Werbung oder was? Müssen Jugendliche geschützt werden?“ Die vier Aufgaben unter den Rollenbeschreibungen helfen euch dabei.

3) Führt diese Diskussion durch (wählt noch eine neutrale Moderatorin oder einen neutralen Moderator).

4) Besprecht danach den Verlauf und die Ergebnisse. Versucht dabei die Frage der Diskussion zu beantworten!



### Tipps:

-  <http://adwords.google.de>
-  <http://www.google.com/adsense/start>



*Es gibt in Deutschland klare gesetzliche Regelungen für Werbung für Kinder und Jugendliche, die leider nicht immer eingehalten werden.*  
Werbung

- muss im Fernsehen deutlich zu erkennen sein und darf Kindersendungen nicht unterbrechen
- darf keine direkte Kaufaufforderung an Kinder und Jugendliche haben (Kinder, kauft das!)
- darf Kinder und Jugendliche nicht auffordern, ihre Eltern zu überreden
- darf nicht die „Unerfahrenheit“ und „leichte Beeinflussbarkeit“ von Kindern ausnutzen
- darf Kinder und Jugendliche nicht in gefährlichen Situationen zeigen
- darf Süßigkeiten nicht als „gesunde Lebensmittel“ darstellen
- darf Jugendliche nicht beim Trinken von Alkohol zeigen
- darf keine Jugendsprache oder Situationen in der Tabakwerbung zeigen
- darf keine Models in der Tabakwerbung haben, die jünger als 30 Jahre sind