



IMST – Innovationen Machen Schulen Top
Kompetenzorientiertes Lernen mit digitalen Medien

WERBEKOMMUNIKATION AN DER HLW STEYR MITTELS SNAPCHAT-APP

ID 2110

Projektkurzbericht

Projektkoordinatorin:

Sterrer Veronika, BEd

Projektmitarbeiterin:

MMag^a. Rodlauer Beate

Institution:

HLW Steyr

Steyr, Juni 2018

KURZFASSUNG

Die digitale Welt ist eine Welt der Bilder. In den sozialen Medien rücken Bilder und Videos immer mehr in den Mittelpunkt. Besonders bei Kindern und Jugendlichen steht die Bildkommunikation hoch im Kurs und verdrängt dadurch die Textkommunikation.

Das Jugend-Internet-Monitoring 2016 und 2017 der SAFER INTERNET Plattform (<https://www.safersafely.at/jugendinternetmonitor>) hat gezeigt, dass die Foto-Sharing-App (Snap Chat), über welche Bilder mit Ablaufdatum gepostet werden können, ein sehr weit verbreitetes und vor allem häufig genutztes Medium der jugendlichen Zielgruppe ist. Vor allem die Foto- und Videofilter sind bei dieser sehr beliebt.

Im Unterricht wurde dieses Medium analysiert und als zielgruppenorientierte Werbemaßnahme eingesetzt. Diverse Highlights wie Lerntipps, Messestand Promotion, Vorstellung der Vertiefungen, Vorstellung der Schule usw. sind von der Projektgruppe geplant und durchgeführt worden. Der richtige Umgang mit Social Media generell und gerade mit dem „schnelllebigem“ Medium Snapchat ist verstärkt zum Thema in der Schule gemacht worden. In Folge benutzten Schülerinnen und Schüler der HLW Steyr ihr dadurch erworbenes technisches Wissen aus dem Bereich Social Media, um Snapchat App und Instagram kritisch reflektiert für Marketingzwecke der Schule einzusetzen.

Eine große Herausforderung war, dass die Schülerinnen und Schüler ihre private Erwartungshaltung gegenüber der Nutzung von Snapchat und Instagram schwer aufgeben konnten, um die schon erlebten Erfahrungen in ein professionelles Arbeiten (PR, Marketing) für die „Firma“ Schule umzusetzen. Umso wichtiger war die reflexive Begleitung durch die Kommunikationsformen: Teamarbeit, gelebtes und begleitetes Konfliktmanagement. Der Nebeneffekt war: trotz der erworbenen technischen Kompetenzen mit diesen Medien, erfolgte die Motivation dran zu bleiben über den Erwerb von Kompetenz in den oben genannten social skills.

Eine weitere Schwierigkeit stellte die flexible Gestaltung des Projektplans dar, weil dafür auch Zeit außerhalb des Unterrichts sowohl für die Schülerinnen und Schüler als auch für die projektbegleitenden Lehrkräfte vonnöten war. Dadurch war auch die Koordination mit der Kollegenschaft schwierig, weil diese sich vor allem die Zeit, Inhalte zu koordinieren und zeitlich Unterricht abzustimmen, nicht nehmen wollten. Jedwede Aktivität für die Koordination mit dem Kollegium ging ohnehin grundsätzlich von den Projektleiterinnen aus (Einreichen von Beiträgen, Mitarbeit am Inhalt). Die Anregungen der Direktion und/oder der Fachvorständin (fachpraktischer Unterricht) inhaltlich einzuarbeiten entsprachen oft nicht den Wünschen der Schülerinnen und Schüler. Die Sandwich-Funktion zwischen inhaltlichen Anregungen der Direktion und/oder der Fachvorständin und den Gestaltungsideen der Schülerinnen und Schüler war konfliktreich.

Die verwendeten Medien erzeugen zusätzlich eine hohe Erwartungshaltung beim Zielpublikum, zum Beispiel war es notwendig, konsequent aktuelle, präsenste Beiträge zu liefern. Wie schon zuvor erwähnt, hatte dies zusätzlich zur Folge, dass die Zeitressourcen der Projektleiterinnen aufgrund der dafür nötigen Organisationsarbeiten weit über die übliche Unterrichtsbegleitung hinausgingen (an diesem Ziel orientierte Unterrichtskoordination der Projektleiterinnen, Absprache mit Direktor, Kolleginnen und Kollegen).

Angeregt durch einen IMST-Workshop beim Start-Up im September 2017 in Klagenfurt, wurde ein Workshop zu Gender- und Diversity-Themen, die auch Social Media betreffen, organisiert. In diesem wurden typische Rollenklischees, die mit dem Schultyp HLW verknüpft sein können, er-

kannt, neu interpretiert, weiters für Marketingzwecke via Social Media Plattformen gezielt genutzt und aufgebrochen. Damit erarbeiteten und reflektierten die Lernenden Tools aus diesem Bereich zur beruflichen Nutzung im Bereich des Marketings. Gleichzeitig ergab sich ein Diskussionsforum zur Schulkulturentwicklung.

Aus dem Workshop entstand eine Materialsammlung und eine Fotodokumentation zu Gender und Diversity. Dieser ist auch eine Anregung für weitere Aktivitäten in der Schule geworden. Durch die Mitwirkung der Schulsprecherin an diesem ergaben sich weitere Planungsgespräche für einen Themenschwerpunkt an unserer Schule.

Im Laufe des Projektes wurden zusätzlich zu den technischen Kompetenzen, die für Marketing über Social Media benötigt werden, bewusst soft skills mittels Buch „Methoden für den Unterricht – das Schülerheft“ trainiert. Aus den Interviews ist ersichtlich, dass die bewusste Teamkompetenz der Schülerinnen und der Schüler gestärkt wurde. Darüber hinaus können sie diese selbstwirksamer in anderen Gegenständen nutzen.

Das Projekt wurde bei diversen Schulveranstaltungen (Schüleröffnungsfeier, Infoabend, Schnuppertag) vorgestellt, um die Aktivitäten in den Medien Snapchat und Instagram zu promoten. Gleichzeitig ergaben sich daraus auch Ergebnisse für die Presse und Schulhomepage.

Wir als Lehrkräfte machten die Erfahrung, auch durch die gezielte Reflexion über die Rolle des „Critical Friends“, dass sehr konkrete Arbeitsaufträge notwendig sind, vor allem eine genaue Zeitstruktur für inhaltliche Gestaltung vorgegeben werden muss. Auch reflektierte Überlegungen zum transportieren Inhalt sind erforderlich, damit die Schülerinnen und Schüler ihre Ideen für die medialen Beiträge in eine umsetzbare Form bringen können, deshalb, weil Schülerinnen und Schüler ohne solche konkreten Rahmenbedingungen Schwierigkeiten haben, in eine ausdauernde Arbeitshaltung zu finden (siehe Eingangsstatement: sehen soziale Medien als privates Instrument und können dieses schwer professionalisieren)

Als Feedback gaben die Schülerinnen und Schüler in einem Klassengespräch am Ende des Projekts an, dass das präzise Nachfragen zur Gestaltung des Projekts, das Einfordern eines Zeitplanes als Stressfaktor erlebt wurde. Weiters sehen die Schülerinnen und Schüler einen strikteren Terminplan, bessere Absprache, Fristen setzen als wesentliche Punkte, um in ihrem Tun unterstützt zu werden.

Aus der Sicht der Lehrkräfte ist nicht nur die technische Vermittlung im Umgang mit Snap-Chat und Instagram, sondern auch das Erarbeiten von soft skills, die für Projekt- und Teamarbeit Voraussetzung sind, zusätzlich das Training von Kommunikations- und Konfliktstrategien, wichtige Begleitinstrumente für die Umsetzung eines solchen Projektes.

Abgeschlossen wurde das Projekt durch einen weiteren Workshop zum Thema: *Marketing für Firmen über Social Media* durch eine Professionalistin in diesem Bereich (Firma Kubator – Frau Katharina Bahr), die einerseits eigene Arbeiten dazu vorstellen konnte, andererseits auch offene Fragen sinnvoll und ermunternd beantworten konnte – dann ging es über einen kleinen Imbiss über zum Feiern, dass erfolgreich miteinander gestaltet, gelernt, gelacht und lebendig Schule gelebt werden konnte.