

Interkulturelle Medienkompetenz



(c) Gerd Altmann auf Pixabay



The EU-Belong project is funded by the European Union's Asylum, Migration and Integration Fund



Herzlich Willkommen!

Learning Lab 3



©Gerd Altmann auf Pixabay

HOW TO DO – praktische Tipps zur Umsetzung

22. Juni 2023

11.00 – 12.30 Uhr



The EU-Belong project is funded by the European Union's Asylum, Migration and Integration Fund



Unser heutiges Programm

- Begrüßung und Kurzvorstellung #EU Belong
- **HOW to DO:**
 - praktische Tipps & Tools zur Umsetzung von zielgruppenorientierten Projekten und Informationsmaterial
 - Best Practice-Beispiele
- **COMMUNITY of PRACTICE:** Erfahrungsaustausch & Themensammlung
- Abschluss & Feedback

Kollegiales DU?



© Petra Schneeweis-Schachner 2023



The EU-Belong project is funded by the European Union's Asylum, Migration and Integration Fund



Das Projekt: #EU Belong



Informationen zum Projekt #EU Belong
<https://bit.ly/40Cy4Vo>

The EU-Belong project is funded by the European Union's Asylum, Migration and Integration Fund



Kommunikationswerkstatt

Texte, Trainings & Beratung

Mag.a Petra Schneeweis-Schachner, MTD

- Kommunikationsfachfrau & Ideengeberin
- Akademische Wirtschaftstrainerin
- Diplomierte Resilienztrainerin
- Lehrbeauftragte in der Erwachsenenbildung



Meine Themen

- Kommunikation mit Schwerpunkt PR & Unternehmenskommunikation
- Resilienz mit Schwerpunkt Zeit- und Stressmanagement, Burnout-Prophylaxe
- Berufsorientierung in der Erwachsenenbildung - Menschen mit Migrationshintergrund



4 Säulen IMK – 4 Learning Labs

Interkulturelle Medienkompetenz			
Sensibilisierung für interkulturelle (Zusammen)Arbeit Chancen & Herausforderungen von Vielfalt			
MODUL SHAPING of OPINIONS	MODUL KNOW-HOW	MODUL HOW to DO	MODUL COMMUNITY of PRACTICE
Sensibilisierung	Basiswissen Medienkompetenz	Praktische Tipps	Erfahrungsaustausch
Wertearbeit in der interkulturellen (Zusammen)Arbeit Vielfalt als Chance - Ressourcenarbeit Herausforderungen der interkulturellen Zusammenarbeit	Grundlagen der Kommunikation Grundlagen interkulturelle Medienkompetenz Zielgruppenspezifische Mediennutzung Zielgruppenspezifische Kommunikationsmittel	Konzeption von Werbemitteln Umsetzung im Medienalltag Bildsprache – Bildauswahl Datenschutz & Copyrights Wording & Textgestaltung Best Practice – Beispiel Tools für persönliche Kommunikation	Networking Active Sourcing (Online- und Präsenz) Erfahrungsaustausch Weiterbildungsmaßnahmen Projektarbeiten
Erfolgreich gestartet!	Umgesetzt!		
Learning Lab 1_27.4.2023	Learning Lab 2_17.5.2023	Learning Lab 3_22.6.2023	Learning Lab 4_6.7.2023
Community of practice Netzwerken & interkultureller Erfahrungsaustausch			

Meine Inspiration

HOW-to-DO
Praktische Tipps



© Petra Schneeweis-Schachner 2023



Come together



© Gerd Altmann auf Pixabay,
Reinhard Thirmer auf Pixabay]

Vorstellungsrunde & Kennenlernen

© Petra Schneeweis-Schachner 2023



Interkulturelle Medienkompetenz HOW to DO



Tipp 1: eigene Zielgruppen kennen & definieren



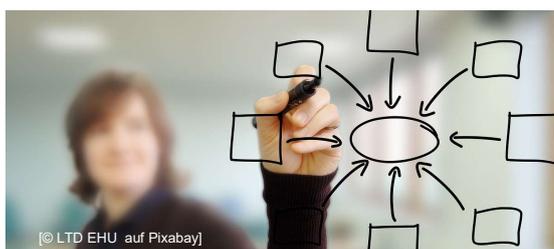
[© Gerd Altmann auf Pixabay]

Inspirationsfragen – mein Projekt

Was ist mein Ziel?

Welche Zielgruppe möchte ich erreichen?

Was sind meine Ressourcen?



[© LTD EHU auf Pixabay]



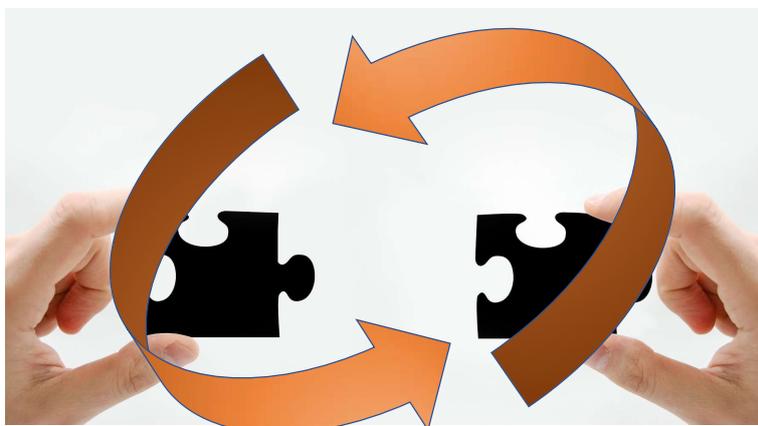
© Petra Schneeweis-Schachner 2023



The EU-Belong project is funded by the European Union's Erasmus+ program, Migration and Integration Fund



Come together



[© Gerd Allmann auf Pixabay]

Networking & Erfahrungsaustausch

© Petra Schneeweis-Schachner 2023



The EU-Belong project is funded by the European Union's Erasmus+ program, Migration and Integration Fund



Tipp 2:**unterschiedliche Zielgruppen berücksichtigen****Beispiel Imagekampagne Lehre
interne & externe Zielgruppen**

Empfänger*innen (extern): = Schlüsselzielgruppe / Endzielgruppe

Stamm (z.B. Jugendliche) ↔ Peripherie (z.B. Eltern)

Potenzial (z.B. Schüler*innen der 9. Schulstufen)

Mittler*innen (extern): = wichtige Gate-Keeper*innen

stehen zwischen Sender*innen und Empfänger*innen

Medien, Multiplikator*innen (Influencer*innen), Prozessmittler*innen (z.B. Organisationen des Arbeitsmarktes, Fördergeber*innen), Testimonials / Role Models (Lehrlinge)

Absender*innen (intern): = Mitarbeiter*innen & Beeinflusser*innen

alle Menschen, die in den Kommunikationsprozess involviert sind, z.B. Telefonist*in beim Empfang, Kolleg*innen, Vereinsmitglieder, Lehrlingsausbildner*innen, ...



Beispiel: Öffentlichkeitsarbeit Bildungsberatung Österreich

	Grundlagenarbeit	Medienarbeit (Pressekonferenzen, Werbespots, Inseraten, Videos, Online, Verteilung)	Materialien	Aktivitäten im öffentlichen Raum, Veranstaltungen, Vernetzung
 Für das eigene Netzwerk bzw. die Gesamtinitiative	Kategorie A: <ul style="list-style-type: none"> Landkarte der Angebote im Netzwerk Leistungsübersicht über die gesamten Angebote Identitätsbildung zur Entwicklung Netzwerk-Folder Netzwerk Logo als Dachmarke Vorarbeiten zu Netzwerkplattform im Internet und Social Media Marketingstrategie Kompetenz+Beratung 	Kategorie D: <ul style="list-style-type: none"> Berichterstattung via Newsletter erwachsenenbildung.at INFOMAIL für KoordinatorInnen und PromotorInnen 	Kategorie G: <ul style="list-style-type: none"> Info-Mail / Newsletter für NetzwerkpartnerInnen 	Kategorie J: <ul style="list-style-type: none"> laufender Austausch im Netzwerk Round-Table-Fachaustausch oder Fachtagung Forum Bildungsberatung Vor-Ort-Besuche bei Beratungseinrichtungen des Netzwerks Jour fixe zu spezifischen operativen Themen Workshops, Impulsreferate
 Für MultiplikatorInnen, lokale AkteurInnen, Fachöffentlichkeitsarbeit	Kategorie B: <ul style="list-style-type: none"> Mundpropaganda Teilnahme an (regionalen) Fachtagungen Vorarbeiten zur Netzwerkwebsite und Social Media 	Kategorie E: <ul style="list-style-type: none"> Newsletter, Online-Medien, Berichterstattungs-Tools Presseaussendungen, Mailings Social Media (Facebook, Twitter, Blogs, YouTube) Websites (ggf. Imagefilm) Portale: erwachsenenbildung.at, bib-atlas, bib-wiki 	Kategorie H: <ul style="list-style-type: none"> Drucksorten und Ausstattungsmaterialien: Briefpapier, Plakate, Messestände,... Print- und Werbematerialien: Give aways, Folder, Infomaterial Imagefilm 	Kategorie K: <ul style="list-style-type: none"> Vorstellung der BIB bei KooperationspartnerInnen, Kontaktpflege, Vernetzung mit Communities Eigene Tagungen, Fachkonferenzen, Fachaustausch Regionale Vernetzungstreffen MultiplikatorInnenarbeit, Servicierung von GemeinderätInnen Kooperationen, Implementierung von Beratung in bestehende Projekte Beiratsitzungen BIB-WIKI, Bib-Atlas und andere öffentlich zugängliche Webangebote Publikationen: Online, Druck
 Für die Endzielgruppe	Kategorie C: <ul style="list-style-type: none"> Gestaltung des gemeinsamen Auftretts des Netzwerks und zur Zielgruppenorientierung zur Folderentwicklung Konzept-IDEEN – Pilotprojekte 	Kategorie F: <ul style="list-style-type: none"> Pressearbeit Print, Rundfunk und TV Online PR Maßnahmen Distribution von Printprodukten und Drucksorten 	Kategorie I: <ul style="list-style-type: none"> Informationsmaterial zu bestimmten Themen Informationsmaterial über die Angebote bzw. Netzwerke Ausstattung für öffentliche Auftritte wie z.B. Messen, Infostände, Sensibilisierungsmaßnahmen etc. Give-Aways Arbeitsmaterial für Gruppenberatungen und Workshops 	Kategorie L: <ul style="list-style-type: none"> Informations- und Beratungsstände InfoPoints Information über Beratungsangebote der Partneereinrichtungen bei eigenen Veranstaltungen und Kursmaßnahmen Tag der Weiterbildung Bib mobil Wanderausstellung 2. Bildungsweg Kick-Off-Veranstaltungen

Kategorisierte Übersicht über die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit in der „Bildungsberatung Österreich“ im Oktober 2015

© Reiter, Drlia, Ziegler 2020, S. 71

Tipp 2: Strategisch Denken

Strategie zur Zielgruppendefinition

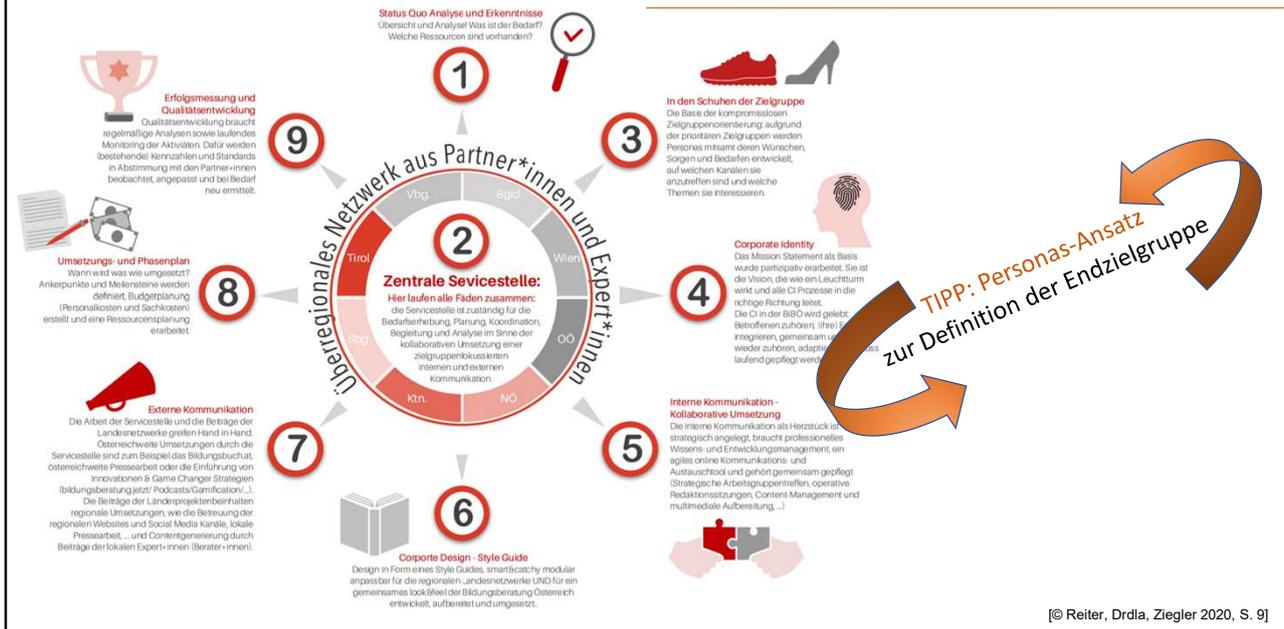
1. **SWOT-Analyse** (Strength/Weaknesses/Opportunities/Threats) der Organisation / des Projektes
z.B. Imagekampagne für die Lehre, z.B. Kampagne „Fake News“, z.B. neues Beratungsangebot

2. Strategieentwicklung

- Definition Ziele
- Definition Zielgruppen: z.B. mit dem Personas-Ansatz
- Planung Maßnahmen & Ressourcen
- Umsetzung der Maßnahmen
- Evaluation



In 9 Schritten zur Strategie Bildungsberatung Österreich



Tipp: Persona-Ansatz zur Definition der Endzielgruppe

Was ist die Persona-Arbeit?

Eine Persona ist ein schriftlich ausgearbeiteter Prototyp des Kunden/der Kundin. Es werden der Name, der Wohnort, die Arbeitssituation, die Vorlieben, die alltäglichen Wege und Einkommensverhältnisse, ... genau definiert. Besonders wichtige Fragen zur Persona sind die größten Ängste und Wünsche. Daraus wird dann ein Persona-Universum entwickelt, von dem sich Themen ableiten lassen, die für die Person besonders wichtig sind und mit denen sie abgeholt werden können. Für uns wesentlich ist natürlich auch die Frage mit welchen (digitalen) Medien sie erreicht werden können. Die Persona-Arbeit ist ein wichtiger Teil der Strategieerstellung und bietet die Basis für viele Entscheidungen.

Personas = fiktive Prototypen der Endzielgruppe

- soziodemographische Daten
- Persönliche Interessen und Hobbies
- Ängste und Wünsche ...
- Lebens- und Arbeitssituation
- Kommunikations- und Konsumverhalten

03.04 Emir, 18 - Lehrling, niedrig qualifiziert

Best Practice
Personas-Ansatz

Wen wollen wir erreichen:

Emir, 18 J.** fiktive "Persona" für die Bildungsberatung Österreich
prioritäre Zielgruppe Lehrling, Migrationshintergrund

Ich bin Lehrling für Metalltechnik in einer großen Firma in Amstetten. Meine Eltern sind vor meiner Geburt als Gastarbeiter von der Türkei nach Österreich gezogen. Wir sind insgesamt 4 Kinder in einer kleinen Wohnung, ich teile mir mit meinen beiden Brüdern (14, 13) ein Zimmer. Ich spreche denselben Dialekt wie meine Kollegen, werde aber trotzdem immer wieder als Ausländer beschimpft und gemobbt. Ich habe seit kurzem die österreichische Staatsbürgerschaft und ich arbeite hart für meine guten Noten in der Berufsschule.

Ich weiß nicht, ob ich meine Lehre (ich bin bereits am Anfang des letzten Lehrjahres) durchziehen soll, oder ob ich nicht doch ganz andere Möglichkeiten hätte. Meine Eltern sollen davon nichts wissen, das würde ihnen Sorgen machen. Eine finanzielle Last will ich nicht noch zusätzlich sein oder sie, meine Freundin und ihre Eltern enttäuschen. Ausziehen und eine eigene Wohnung wäre super, aber das geht auch nur mit dem Lehrabschluss.

[© Reiter, Drdla, Ziegler 2020, S. 41]

Ich wünsche mir...

- dass ich alles machen kann, was ich will, so wie alle jungen Menschen in Österreich, unabhängig von meiner Herkunft oder den finanziellen Möglichkeiten meiner Familie.
- irgendwann einmal vielleicht sogar studieren zu gehen, etwas aus mir zu machen. Ich will erfolgreich sein, und das auch gerne meiner Familie und der Familie meiner Freundin zeigen können.
- genug Geld zu verdienen, um meiner Familie mehr bieten zu können als meine Eltern uns.

Ich befürchte ...

- meinen „sicheren Job“ und das damit verbundene Einkommen zu verlieren, ohne zu wissen wie genau es weiter geht.
- eine neue Herausforderung nicht zu schaffen und damit meine Eltern und die Eltern meiner Freundin zu enttäuschen. Dann lassen sie mich vielleicht meine Freundin gar nicht mehr treffen.
- dass ich immer wieder gemobbt und diskriminiert werde, egal wo ich arbeite.

Wer/was beeinflusst mich ...

- Meine Freundin und meine Familie
- Die türkische Community in meinem Umfeld, türkische Kultur, Traditionen, Werte, Religion
- Influencer und YouTube Stars
- Kolleg*innen und Vorgesetzte
- Vorurteile, die mir entgegengebracht werden und Diskriminierung
- Österreichische Kultur und Wertvorstellungen
- Erfolgreiche Migrant*innen in angesehenen Berufen (Ärzte, Lehrer, Anwälte, ...)

Emotionales
LeitmotivWunsch nach
Entfaltung"Ich will etwas
erreichen!
Ich will raus!"**VON DER BILDUNGSBERATUNG WILL ICH...**Hören, dass ich das
schaffen kann und wie.Wissen, wie ich g'scheit Geld
verdienen und trotzdem eine wirklich
gute Ausbildung machen kann.Anonymität - niemand
soll wissen, dass ich
mich beraten lasse.Teilen und wiederverwenden
unter folgender Lizenz

[© Reiter, Drdla, Ziegler 2020, S. 41]

Best Practice
*Personas-
Ansatz*

Wie können wir Emir erreichen:
BiBÖ - How to do

Das erhofft er sich von der Bildungsberatung:
ERWARTUNGSHALTUNG

- Informationen, ob es ohne finanziellen Rückhalt möglich ist, eine höhere Bildung zu erlangen
- Einen Weg, Geld zu verdienen und gleichzeitig eine höhere Ausbildung zu machen
- Ausbildungsmöglichkeiten in der näheren Umgebung und die Voraussetzungen dafür
- Bestätigung, dass er es schaffen kann, Rat und Entscheidungshilfen

EMIR



Best Practice Personas- Ansatz

Wir können Emir informieren ...

offline

- Gratiszeitungen in den Offis
- Messen/Veranstaltungen
- Infopoint
- Freundin und Freund*innen

online
YouTube | Google | Social Web

Kanäle
YouTube | Instagram | WhatsApp/SnapChat
Twitch und andere Gaming Plattformen

Wir finden Emir ...

- im Einkaufszentrum, Kinocenter, Bowlinghalle
- in der Stadt/im Park
Freibad/Hallenbad/Eislaufplatz

Schlüsselworte
Ausbildung finanzieren | Lehre matura
Lehre abrechnen | Ausbildungsbewerbung
Arbeiten und Matura | Studieren mit Lehre
Unterstützung für Ausbildung

Generation Z:
Sein Smartphone ist praktisch mit ihm verwachsen. Die Grenze zwischen realer und virtueller Welt ist nicht mehr existent und er tauscht sich 24/7 sozial aus. Seine großen Vorbilder kennt er von YouTube.

Das braucht Emir, damit er zur Beratung kommt:

- Bestätigung, dass die Bildungsberatung die richtige Anlaufstelle für seine Probleme ist.
- Call to action
- Kontaktdaten, Kontaktpersonen

Die Bildungsberatung wird schlagend, wenn...

- ...die Unzufriedenheit im Job wächst.
- ...eine Kränkung den Wunden Punkt trifft.
- ...die Freundin eine höhere Schule beginnt oder maturiert.

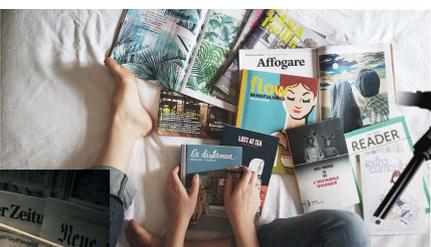
Konkrete Angebote

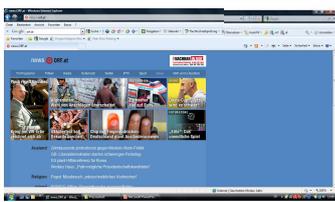
- Informationen über Fördermöglichkeiten/Stipendien
- Sujets, die seine Probleme ansprechen + "Ruf an!" + Tel. Nr.
- Leute, die es geschafft haben - Testimonials
- Vorbilder, die ihn bestärken

Teilen und wiederverwenden ist erlaubt. Lizenz: CC BY-NC-SA

[© Reiter, Drdla, Ziegler 2020, S. 42]





Tipp 3: Medienvielfalt beachten





[© pixabay, orf.at.]

Tipp 4: Unterschiede der **Mediennutzung** berücksichtigen



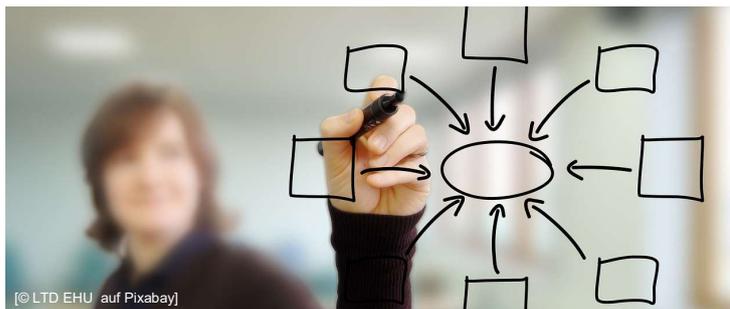
Tipps zielgruppenorientierte **Mediennutzung**



Inspirationsfragen - Medien

Welche Medien nutze ich?

Und welche Medien nutzen meine Zielgruppen?



[© LTD EHU auf Pixabay]



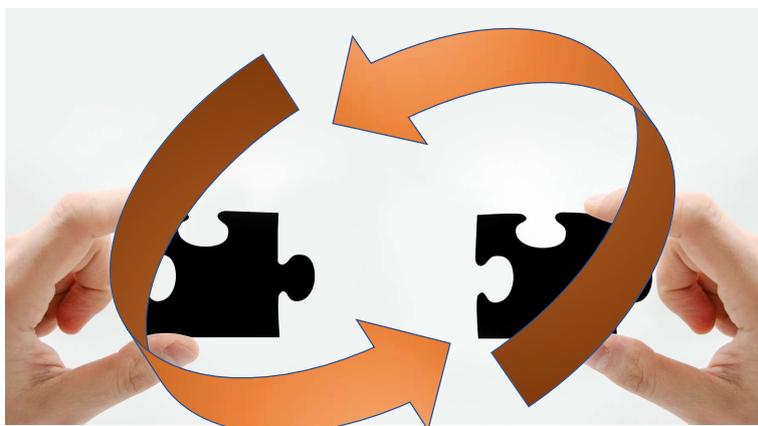
© Petra Schneeweis-Schachner 2023



The EUBelong project is funded by the European Union's Erasmus+ Programme and the Austrian Federal Government's Integration Fund.



Come together



[© Gerd Allmann auf Pixabay]

Networking & Erfahrungsaustausch

© Petra Schneeweis-Schachner 2023



The EUBelong project is funded by the European Union's Erasmus+ Programme and the Austrian Federal Government's Integration Fund.



Beispiel zielgruppenspezifische Mediennutzung

Text einer Teilnehmerin zum Thema:

Wofür verwende ich neue Technologien

Frau H, 56 Jahre

Ich habe ein Handy. Zu Hause gibt es auch einen Laptop. Ich suche Nummern im Telefonbuch und lese und schreibe Nachrichten. Ich höre Musik, ich mache Fotos und schaue Bilder an. Ich höre Radio und schaue Videos. Ich spiele auch am Handy.

Ich übe zu Hause Schreiben am Laptop. Ich bin im Internet und ich suche etwas über die Türkei. Ich schaue YouTube Videos.



Zielgruppenspezifische digitale Mediennutzung

Laptop

- Schreiben
- Internetrecherche
- YouTube Videos

Smartphone

- Telefonbuch
- Nachrichten lesen und schreiben
- Musik hören
- Radio hören
- Videos anschauen
- Fotos machen
- Spiele



© Eyawo-Hauk & Hammani-Birnstingl 2014, S. 27]

Best Practice Netzwerk MIKA – Migration_Kompetenz_Alphabetisierung



Homepage: www.netzwerkmiika.at/de/wer-ist-mika



Zielgruppenorientierte Medienvielfalt: Website, Broschüren, Veranstaltungen, Forschung & Entwicklung, Unterrichtsmaterial zum Download, Weiterbildung & Netzwerk (z.B. Reflexivitätswerkstätten)

Best Practice Verein Danaida – Bildung und Treffpunkt für Frauen

Homepage: danaida.at

Basisbildung
Basisbildung für Migrantinnen

Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100067540244155

Medienvielfalt:
Broschüren, Workshops, Informationsmaterial, Beratung

Best Practice OIF – Österreichischer Integrationsfonds

OIF ÖSTERREICHISCHER INTEGRATIONS FONDS

Flüchtlinge und Zuwander/innen
Frauen
Rechtliche Orientierungsgespräche

Deutschlehrende
Ehrenamtliche
Schule
Medien
Öffentlichkeit
Studierende
Multiplikator/innen

Zielgruppen

Broschüren (pdf)

Magazin: Print

Sprache
Individualförderung Deutschkurse
Prüfungen
Anmeldung zu Schulungen
Curricula und Einstufung
Integrationsvereinbarung
Treffpunkt Deutsch
Deutschkursförderung Startpaket
Deutsch und Integration
Startpakettrainer
Alle Sprachthemen anzeigen...

Beratung
Integrationszentrum Wien
Integrationszentrum NÖ
Integrationszentrum OÖ
Integrationszentrum Steiermark
Integrationszentrum Salzburg
Alle Bundesländer anzeigen...

Kurse & Seminare
Werte- und Orientierungskurse
Deutschkurs "Einstieg in die Pflege"
Alle Kurse anzeigen...

Förderungen
Deutschkursförderung Startpaket
Deutsch und Integration
Individualförderung Deutschkurse
Förderung Berufsanerkennung
Gutschein Integrationsvereinbarung
Stipendien und Preise
EU-Fonds
Elementarpädagogik
Förderauftrag Schwerpunkt Frauen 2021

Publikationen
Magazin "ZUSAMMEN"
Zahlen & Fakten
Deutsch lernen - Das Unterrichtsmagazin
Forschungsberichte
ÖIF Fact Sheets

Weiterbildung
Multiplikator/innen Seminare
Wertevermittlung im Sprachunterricht
Mentoring für MigrantInnen
Lehrgang Transkulturelles Management (TKM)
Alle Angebote anzeigen

Mediathek

ÖIF-Bulletin

Homepage: https://www.integrationsfonds.at

Best Practice Social Media: OIF – Österreichischer Integrationsfonds

TikTok

Instagram

Homepage: <https://www.integrationsfonds.at>

Best Practice Social Media: OIF – Österreichischer Integrations Fonds

Youtube

Facebook

ÜBER UNS

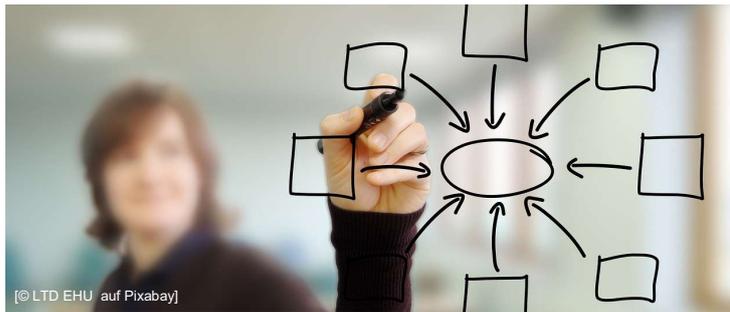
Der Österreichische Integrationsfonds (ÖIF) ist ein Fonds der Republik Österreich und ein Partner des Bundes in der Integrationsförderung. [mehr](#)

Homepage: <https://www.integrationsfonds.at>

Inspirationsfragen – Social Media

Welcher Social Media-Kanal ist weltweit der meistgenutzte?

Und welche sozialen Medien sind die beliebtesten in Österreich?



[© LTD EHU auf Pixabay]



© Petra Schneeweis-Schachner 2023

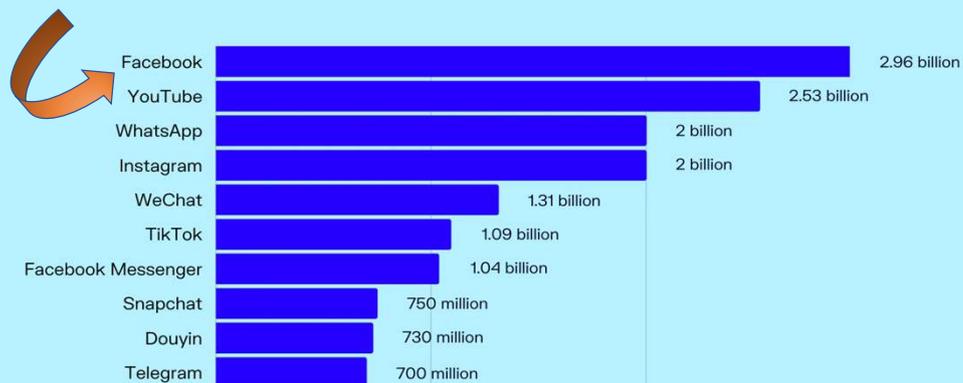


The EU Belong project is funded by the European Union in Austria, Migration and Integration Fund



Social Media-Nutzung weltweit

Most Popular Social Media Platforms in 2023



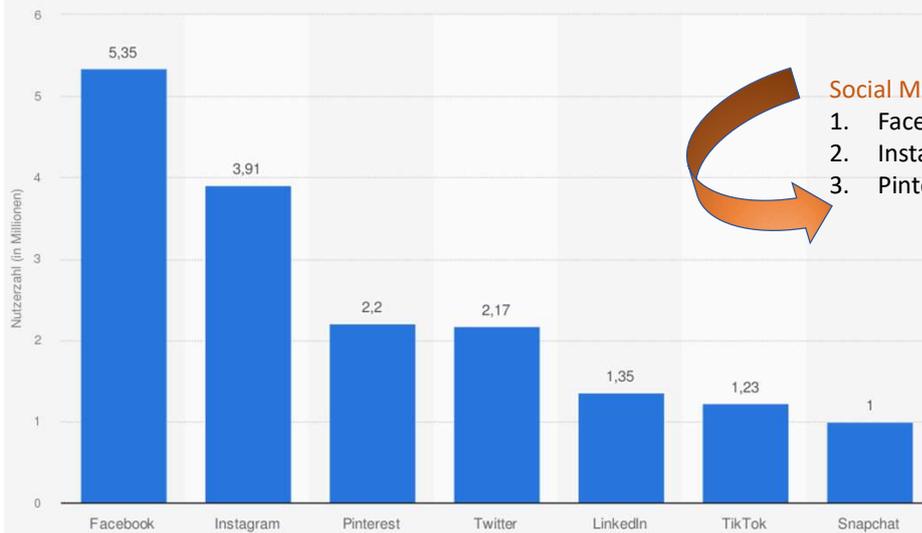
Source: DataReportal



[Quelle: Bernhardt, 2022]

Social Media-Nutzung Österreich

Soziale Medien nach Nutzerzahl in Österreich im Jahr 2021 (in Millionen)



Social Media Ranking Österreich:

1. Facebook
2. Instagram
3. Pinterest

[Quelle: Statista Research Department, 2023]

Tipps & Tools Social Media

Tipps für Social Media

- Zielgruppen kennen ⇒ Nutzungsverhalten kennen ⇒ Auswahl der geeigneten Kanäle
- Beispiele Social Media Nutzung in Österreich
 - **Facebook:** Altersgruppe +24
 - **TikTok:** 11-17 Jährige (70 % Nutzung)
 - **Instagram:** Jugendliche (11 – 17 Jahre) und Altersgruppe bis 35 Jahre, 13 – 24 Jahre (höherer Männeranteil), über 35- Jährige (höherer Frauenanteil)
 - **LinkedIn:** B2B-Kommunikation, Altersgruppe 25 – 34-Jährige

Google Trends: kostenloses Analysetool

(Interessen der Nutzer*innen, relevante Suchbegriffe, Trendthemen)

<https://trends.google.de/trends/>

[Quellen: Bernhardt 2022, trends.google.de, Statista Research Department 2023]



[© Viktor auf picjumbo]

Tipps zielgruppenspezifischen Mediennutzung

Einige Tipps für Social Media

- **Spielregeln** der Medien / Kanäle kennen (welche Plattform - welche Kommunikationsform)
 - z.B. Reels (= Kurzvideos) für Instagram und Facebook
 - z.B. Tweets (Kurznachrichten bis zu 280 Zeichen) für Twitter
 - z.B. Kurzvideos TikTok (bis 60 Sekunden bei TikTok erstellt, bis 3 Minuten eigene Videos)
 - z.B. Videos für YouTube (Standard: bis zu 15 Minuten, mit Konto: längere Videos)
- **Community Management**: regelmäßige Interaktionen mit Zielgruppen
- **Content Plan** erstellen (z.B. Excel-Liste)
- Beispiele **Stolpersteine**:
 - Tik Tok: Verbot der Nutzung im öffentlichen Dienst in Österreich
 - Fake News: Was ist richtig, was ist falsch?
 - Verletzung Urheberrechte, keine Quellen / Copyrights



[Quelle: Marketing Circus 2023]

[© Viktor auf picjumbo]



Stadt Augsburg

Best Practice
Integreat App



Lokale Informationen



Nachrichten



Veranstaltungen



Angebote

Lokale Informationen



Aktuelle Themen und Informationen



Willkommen in Augsburg



Behörden und Beratung



Deutsche Sprache



Alltag



Ausbildung und Arbeit



Wohnen



Schule, Studium und Bildung



Jugendliche



Kinder und Familie



Freizeit, Kultur und Sport



Gesundheit

Integreat App der Stadt Augsburg

- Lokale, multilinguale Infos für Geflüchtete & Migrant*innen (15 Sprachen)
- keine Registrierung, kostenlos
- Web-App & mobile Version
- gibt es auch in München, Karlsruhe, Kaiserslautern und Potsdam-Mittelmark

[Quelle: integreat.app/augsburg]

Conclusio strategisch Denken & praktisch Umsetzen



Feedback Learning Lab 3

Was ist mein größtes **Learning** von heute?

Was nehme ich mir heute **konkret** mit?

Welcher **Fokus** wäre mir für das **Learning Lab 4** wichtig?

- KI – Künstliche Intelligenz
- Urheberrechte – Copyrights
- Bildsprache – Bildauswahl
- Community of Practice in Salzburg



Das nächste Learning Lab

Learning Lab 4_6.7.2023

COMMUNITY of PRACTICE: Networking & Erfahrungsaustausch
Donnerstag, 6.7.2023, 11 – 12.30 Uhr

Networking & Praxistipps zu folgenden Themen:

- KI – Künstliche Intelligenz
- Urheberrechte – Copyrights
- Bildsprache – Bildauswahl
- Community of Practice in Salzburg



[©Gerd Altmann auf Pixabay]



The EU Belong program is funded by the European Union's Erasmus+ Migration and Integration Fund



LAND SALZBURG

Interkulturelle Medienkompetenz HOW TO DO

Danke für's Dabeisein.

Learning Lab 3_22.6.2023



„Mahadsanid.“

© Petra Schneeweis-Schachner 2023



The EU Belong program is funded by the European Union's Erasmus+ Migration and Integration Fund



LAND SALZBURG

Verwendete Quellen I

- **Bachelorprint.at** (2022). Was ist ein Plagiat? Definition, Konsequenzen & Vermeidung. <https://www.bachelorprint.at/richtig-zitieren/plagiate/> [Abrufdatum: 30.3.2022]
- **Bernhardt, G.** (2022). Top 10 der beliebtesten Social-Media-Plattformen im Jahr 2023. Online unter: <https://www.shopify.com/blog/most-popular-social-media-platforms> [16.06.2023].
- **ChatGPT** (2021). ChatGPT Deutsch ohne Anmeldung. Online unter: <https://chatgpt.ch/> [16.06.2023].
- **Esen, J.** (2000a). Die Bildsprache von Fotos: Wie Sie Bilder auf Websites, in Werbung und Präsentation überlegt einsetzen. Wie Bilder effektiv ansprechen: Bildsprache als Quelle von Missverständnissen. Online unter: <https://www.akademie.de/de/wissen/bildsprache-marketing-fotos/bildsprache-als-quelle-missverstaendnissen> [10.05.2023].
- **Esen, J.** (2000b). Bilder sind das Salz in der Suppe. Online unter: <https://www.akademie.de/de/wissen/bildsprache-marketing-fotos/bildsprache-als-quelle-missverstaendnissen> [11.05.2023].
- **Eyawo-Hauk, P. & Hammani-Birnstingl, M.** (2014). IKT-Workshops und IKT-basierter Basisbildungsunterricht. Ein Beitrag zur digitalen Inklusion. In: MIKA – Migration Kompetenz Alphabetisierung. Themen, Inhalte, Diskussionsbeiträge und Ergebnisse des Netzwerks MIKA 2011 – 2014. Graz: Verein DANAIDA. S. 24 – 27.
- **Fotoskaufen.de** (2023). Lizenzfreie Bilder kaufen. So einfach kann man ein Bild kaufen und Bildlizenzen richtig nutzen! Online unter: <https://www.fotoskaufen.de/lizenzfreie-bilder-kaufen> [16.06.2023].
- **Gründl, A.** (2022). Bedeutung von wissenschaftlichem Arbeiten und Qualität der Diplomarbeiten für die Unternehmenspraxis. Telefonisches Praxisinterview, geführt am 23.3.2022.
- **Hillebrand, F.** (2023). 2023, Die 30 besten Bilddatenbanken 2023 (21 davon kostenlos). Online unter: <https://www.blogmojo.de/bilddatenbanken/> [16.06.2023].

Verwendete Quellen

- **IONOS** (2019). Das Patent. Wertvolle Ideen schützen. <https://www.ionos.at/startupguide/gruendung/patent/> [Abrufdatum: 29.3.2022]
- **Jusline.at** (2022). § 159 PatG Strafbare Patentverletzung. PatG – Patentgesetz 1970. Berücksichtigter Stand der Gesetzgebung: 30.3.2022. <https://www.jusline.at/gesetz/patg/paragraf/159> [Abrufdatum: 30.3.2022]
- **Marketing Circus (2023)**. Die 10 besten Social Media Tipps. Informationsbroschüre. Tulln: Marketing Circus Agentur für Marketing und Social Media.
- **Mühlke, S.** (2000): Grundkurs Textgestaltung und Layout. Das richtige Bild finden: Bildwahrnehmung. Online unter: <https://www.akademie.de/de/wissen/textgestaltung-layout/bildwahrnehmung> [10.05.2023].
- Statista Research Department (2023). Statistiken zur Nutzung sozialer Medien in Österreich. Online unter: <https://de.statista.com/themen/2841/social-media-in-oesterreich/?kw=&crmtag=adwords&gclid=CjwKCAjwp6CkBhB EiwAIQVyxQ6g43mehPaUmI5IBvIRDU3wot2poCTAwkTy0clvel7XeOO9ePVvtxoClXwQAvD BwE#topicOverview> [16.06.2023].
- **Reiter, K., Drdla, S., Ziegler, D., Dietrich-Gsenger, M.** (2020): Öffentlichkeitsarbeit der Länderprojekte. Eine bundesweit abgestimmte Strategie für die Bildungsberatung Österreich.
- **Stockinger, G.** (2023). KI-Lösungen für EPU und KMU in der Praxis. Webinar-Reihe der Wirtschaftskammern Österreichs. 31.6.-19.7.2023. Online unter: <https://www.wko.at/service/innovation-technologie-digitalisierung/chatgpt-nutzen-praesentation.pdf> [16.06.2023]
- **Verein DANAIDA** (2014). MIKA – Migration Kompetenz Alphabetisierung. Themen, Inhalte, Diskussionsbeiträge und Ergebnisse des Netzwerks MIKA 2011 – 2014. Graz: Verein DANAIDA.

Verwendete Quellen III

- **Wirtschaftsuniversität Wien** (2022). Rechtliches zum Thema Plagiate. <https://www.wu.ac.at/mitarbeitende/infos-fuer-lehrende/lehveranstaltungen-pruefungen-abschlussarbeiten/abschlussarbeiten/plagiate/rechtliches-zum-thema-plagiate> [Abrufdatum: 29.3.2022]

Fotos: Freepik, Helpster.de, images_philist.unibas.ch, Picjumbo, Pixabay, VRD Fotolia

Verwendete Websites & weiterführende Informationen:

- Deutschlernen in Salzburg: deutschlernen-salzburg.at
 - Projekt EU Belong: <https://bit.ly/40Cy4Vo>
 - Google Trends Analysetool: trends.google.de
 - Integreat App: integreat.app/augsburg
 - Kommunikationswerkstatt: www.die-kommunikationswerkstatt.at
 - Netzwerk Bildungsberatung: www.bildungsberatung-salzburg.at
 - Netzwerk MIKA – Migration, Kompetenz, Alphabetisierung: www.netzwerkmika.at/de/wer-ist-mika
 - OIF – Österreichischer Integrationsfonds <https://www.integrationsfonds.at>
 - Verein Danaida – Bildung und Treffpunkt für Frauen: danaida.at
 - Verein Viele Salzburg - Verein für Interkulturellen Ansatz in Erziehung Lernen u Entwicklung: viele.at
-