

Imprint

Concept: BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern

Editing of abridged version of German-language material: Annalena Bushoff, Amelie Hofmann
(BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern)

Translation of abridged version: Leinhäuser Language Services GmbH

Editing of German-language material: BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern

Typesetting and layout: Leinhäuser Language Services GmbH

Illustrations: Peter Weber Grafikdesign

The materials produced are partly based on existing materials from the Medienführerschein Bayern funded by the Bavarian State Chancellery (Bayerische Staatskanzlei).

Grades 1 and 2: "Werbung weckt Wünsche – Werbung erkennen und durchschauen" (Advertising awakens desires – spotting and seeing through advertising) (author: Prof. Dr. Barbara Brüning)

Grades 3 and 4: "Schein oder Wirklichkeit? Botschaften in Werbespots analysieren und bewerten" (Fact or fiction? Analyzing and evaluating messages in commercials) (authors: Marc Doerfert, Anja Monz, Stefanie Reger)

Area of special educational support: "Gamen, daddeln, zocken – Digitale Spiele hinterfragen und verantwortungsbewusst nutzen" (Gaming – questioning digital games and using them responsibly) (author: Annette Pola); "Liken, posten, teilen – Social-Media-Angebote hinterfragen und sicher nutzen" (Liking, posting, sharing – questioning social media sites and using them safely) (author: Selma Brand)

Grades 5, 6 and 7: "Ich im Netz I – Eigene Daten schützen und mit Bildern verantwortungsvoll umgehen" (Going online I – protecting your own data and using images responsibly) (author: Dr. Kristina Hopf); "Fakt oder Fake? Glaubwürdigkeit von Online-Quellen prüfen und bewerten" (Fact or fake? Checking and evaluating the credibility of online sources) (author: Stefanie Rack); "Meine Medienstars – Inszenierungsstrategien durchschauen und hinterfragen" (My media stars – seeing through and questioning presentational strategies) (author: Kim Beck)

Grades 8 and 9: "Im Informationsdschungel – Meinungsbildungsprozesse verstehen und hinterfragen" (In the information jungle – understanding and questioning opinion-forming processes) (authors: Dr. Olaf Selg, Dr. Achim Hackenberg); "Ich als Urheber – Urheberrechte kennen und reflektieren" (As the originator – knowing and reflecting on copyright laws) (author: Dr. Kristina Hopf); "Produkt sucht Käufer: Werbung analysieren – Konsum reflektieren" (Product seeks buyer: analyzing advertising – reflecting on consumption) (authors: Christine Schulz, Undine Griebel, Anja Monz)

Grades 8 and 9: "Im Informationsdschungel – Meinungsbildungsprozesse verstehen und hinterfragen" (In the information jungle – understanding and questioning opinion-forming processes) (authors: Dr. Olaf Selg, Dr. Achim Hackenberg); "Ich als Urheber – Urheberrechte kennen und reflektieren" (As the originator – knowing and reflecting on copyright laws) (author: Dr. Kristina Hopf); "Produkt sucht Käufer: Werbung analysieren – Konsum reflektieren" (Product seeks buyer: analyzing advertising – reflecting on consumption) (authors: Christine Schulz, Undine Griebel, Anja Monz)

Grades 8 and 9: "Im Informationsdschungel – Meinungsbildungsprozesse verstehen und hinterfragen" (In the information jungle – understanding and questioning opinion-forming processes) (authors: Dr. Olaf Selg, Dr. Achim Hackenberg); "Ich als Urheber – Urheberrechte kennen und reflektieren" (As the originator – knowing and reflecting on copyright laws) (author: Dr. Kristina Hopf); "Produkt sucht Käufer: Werbung analysieren – Konsum reflektieren" (Product seeks buyer: analyzing advertising – reflecting on consumption) (authors: Christine Schulz, Undine Griebel, Anja Monz)

1st edition: Munich, 2024

German-language material: 1st edition: Munich, 2022

Copyright: BLM Stiftung Medienpädagogik Bayern
All rights reserved

BLM Stiftung
Medienpädagogik
Bayern

The concept and production of this material was made possible by funding from the Bavarian Ministry of Education (Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus) within the "digital school of the future" (Pilotversuch "Digitale Schule der Zukunft").

Bayerisches Staatsministerium für
Unterricht und Kultus



Digitale Schule
der Zukunft

It should be noted that, despite careful editing, no responsibility is accepted for the information provided and any liability on the part of the publisher and the authors is excluded.